

# MEMORIA DE LA ACTIVIDAD (2012-2013)

## FORMACIÓN PARA ADULTOS EN LA PARROQUIA DE SANTA RAFAELA MARÍA

*(Aunque no sea costumbre en nuestra Iglesia diocesana, desde el inicio de esta actividad, se intentó programar minuciosa y "técnicamente bien" según enseña la sociología, la publicidad, el marketing, la programación adaptativa y el merchandising, buscando la eficacia en lo que de nosotros depende (la fe la da Dios), sin limitarnos a la buena voluntad ni a la improvisación. Los hijos de las tinieblas no deben trabajar mejor que los hijos de la luz.*

### A.- NECESIDAD Y FIN ÚLTIMO DE ESTA ACTIVIDAD.

1.- Es obvio que para los cristianos de nuestra parroquia no es suficiente con lo escuchado en la misa dominical sino que precisan más **información, formación y ánimo** para vivir su fe en el mundo actual.

2.- Hay un importante número de personas que pocas veces o nunca se acercan físicamente a la parroquia.

Esta actividad se programa con la clara finalidad última de **facilitar la experiencia personal del Dios que nos presenta Jesús de Nazaret.** (evangelizar)

Las finalidades intermedias son la aproximación física y afectiva a la parroquia así como el mejorar la imagen de la Iglesia. Para ello, la parroquia debe dar una imagen positiva como ambiente actualizado, acogedor, abierto y dinámico. Con la mejora de la imagen, se produce cierto acercamiento y se entra en una situación personal en la que puede haber más facilidad para plantearse el tema de la fe cristiana. La actualidad de los temas y la categoría de los conferenciantes contribuyen a atraer asistentes y a dar importancia a los temas que se tratan. Lo importante no es que vuelvan: es que vuelvan.

La finalidad expresada que se persigue se intenta conseguir también en las personas conferenciantes. En ocasiones, se busca afectar principalmente a grupos sociales más o menos definidos (mundo universitario, mundo de la cultura y el arte, empresarial, protocolo, funcionarios, etc). En la realización de esta actividad, es pastoralmente importante el encuentro previo con los conferenciantes, el contenido del primer aviso que se envía por E-mail y las palabras de presentación.

**Ha de quedar claro que no se organizan estas conferencias con una finalidad cultural** (aunque den cultura) ni para tratar temas teóricos de fe-cultura o fe-ciencia (aunque se traten esos temas): Su finalidad es la anteriormente expresada.

*Antes del "sembrar" propiamente dicho, hay otras labores que se deben realizar, por ejemplo: conocer el tipo de tierra, elegir el tipo de simiente, quitar malas hierbas, abonarla con el producto adecuado, esperar que tenga la suficiente humedad y aprovechar el tempero*

### B.- PRESUPUESTOS TEÓRICOS

Se adoptan los siguientes **criterios**:

1.- **Evitar dificultades** causadas por el lenguaje inadecuado, la exégesis bíblica literal o integrista, la mala información sobre la fe o sobre la ciencia, los prejuicios históricos tradicionales, la teología estéril que casi pretende ser Palabra de Dios, las "piadosas" e infantilismos, los miedos y, en general, todo lo que dificulte una sana experiencia personal de Dios y una fe personalizada e ilustrada.

**2.- Facilitar** la evolución de la Iglesia sin evitar la autocrítica y escuchando a diversas personas, preferentemente seglares (y, dadas las circunstancias de marginación en este campo, sobre todo a mujeres)

**3.- Sugerir** caminos para el encuentro con Dios y consigo mismo: Testimonios, reflexiones, conocimiento de los místicos, poesía, música, etc)

**4.- Elevar el nivel de formación intelectual en torno a la fe** superando los horizontes que establece la tradicional y no muy actualizada formación del clero de nuestro entorno.

**5.- Transmitir la sensación de** que la **información** que debemos tener sobre el tema religioso ha de ser **seria y estudiada** y no simple propaganda de una confesión religiosa o la superficialidad de los medios de comunicación. La conocida categoría intelectual de los conferenciantes contribuye a ello.

## C.- DESTINATARIOS

**1.-** Todos los **feligreses** adultos (no niños) que según el Padrón son aproximadamente **5.265** personas

Por ello se tienen muy en cuenta **características** principales de esta parroquia como son: alto número de personas con estudios superiores, clase social media-alta, vivienda en urbanizaciones cerradas lejos del Centro de la ciudad, *media* de edad 43,3 años, la mitad de las personas tienen 45 años (*mediana*), grupo más numeroso es el de 60 años (*moda*), gran movilidad de lugar y horario.

No está destinada a menores de 25 años. Su presencia en ellas ha sido de un 1%

**2.-** Esta actividad está también abierta a **cualquier persona interesada**, creyente o no y de cualquier parroquia. Se intentará con ellos una atención especial. Esto implica, además de una publicidad amplia, el no hablar como si los asistentes fuesen todos creyentes católicos.

## D.- FORMATO DE LA ACTIVIDAD.

Dado que, respecto al centro de la ciudad, estamos lejos y de que no disponemos de un salón especial para conferencias, ni de la fama y la solvencia económica que tienen otros centros de conferencias, tendremos que cuidar cada detalle de nuestro merchandising y crear una “**marca**” (Santa Rafaela) que pueda funcionar dignamente junto a ellos.

Se adopta el **formato de conferencias con algo de diálogo**, con ayuda de imágenes digitales (pantalla 3x4 metros), buscando calidad en las imágenes y usando un lenguaje para un nivel de cultura media.

**Hora** (a las 20,30) que permita asistir a quienes trabajan.

**Día:** el lunes facilita el acordarse. Al escuchar o leer los avisos del domingo se traduce automáticamente por “mañana”

**Lugar:** el templo parroquial porque no se dispone de otro local con capacidad suficiente.; tiene acceso directo desde la calle y cortina de calor a la entrada. Las paradas de bus (líneas 22 y 53) están a 125 metros y algo más lejos la 38 y la 41.

**Acogida:** evitar la pura espera, crear ambiente familiar, acogida con café, pastas “distintas” y frutas de Aragón y, cuando sea posible, algún artículo de merchandising (libros, etc)

**Frecuencia:** cada 15 días desde septiembre a abril. Dada la hora de comienzo, la duración del acto es limitada. El saber que el o la conferenciante tiene algo que decir y sabe decirlo hace necesario haber escuchado ya antes esa misma conferencia o

conocer bien las cualidades y formas de la persona que va a hablar. Pese a todo cabe el error.

Sobre la marcha podrá decidirse si se alarga la actividad más allá de la Semana Santa, pero el buen tiempo no ayuda a que la asistencia sea mayor sino que parece influir en sentido contrario.

**Ambientación:** con música relajante e imágenes digitales agradables proyectadas al principio del acto se ayuda a cortar con la actividad y el trabajo del día y, a la vez, a iniciar una actitud positiva (flores bonitas, triángulos de Penrose, colores, fractales, eslóganes o chistes gráficos que provoquen sonrisa, etc)

Las proyecciones con el texto de la conferencia o imágenes relativas a ella ayudan de forma importante a mantener la atención y no perder el hilo al final de una jornada de trabajo.

**Contenidos.** Se pretende que la formación sea **completa en su conjunto, aunque no se sigan cursos temáticos sistematizados**. Una calculada variedad de temas atrae más a los asistentes y permite responder mejor a las cuestiones de actualidad. Contemplando la **parrilla total de programación** observaremos que son muy pocos los aspectos que faltan.

**Nivel de expresión y de contenidos.** Será medio-alto. Es bueno que el oyente perciba que no se le trata como a un inculto y también que no sabe tanto como él cree.

**Los asistentes buscan respuestas adaptadas a sus preguntas.** Por ello, es necesario conocer lo más posible sus ideas y su nivel de formación. Si se dan respuestas difusas por no crearse problemas, el oyente desertará (no volverá) En caso contrario, se establecerá una relación duradera, se confiará en el desarrollo de la programación y hasta se le tendrá afecto a la parroquia. No nos podemos escudar en que Dios actuará cuando quiera; con ese principio nunca haríamos nada.

Dentro de una línea, la **variedad y calidad de los conferenciantes** enriquece intelectualmente, deja la sensación de que “no somos tan pocos” y la diversidad de opiniones aleja los dogmatismos

No se ignora que este formato de la actividad llegará a no dar resultado, pero de momento, después de 11 años, funciona bien.

## **E.- PUBLICIDAD FUNDAMENTAL**

- En *Iglesia en Zaragoza*. (se usa desde octubre de 2004) Requiere el envío del anuncio bastantes días antes, ya que, en ocasiones, se imprime con más de 15 días de antelación. Es muy importante por su difusión entre los católicos de Zaragoza, de tal manera que ya muchas personas asocian “Parroquia de Santa Rafaela” con “conferencias”.

- En *Heraldo de Aragón*, por ser el único periódico de la ciudad en el que esto es posible. Su agenda cultural diaria es consultada por muchas personas no creyentes o no practicantes. El anuncio ha de enviarse por correo electrónico el jueves anterior a la conferencia. A veces no lo publican. De cara a interesar al lector del periódico, el título de la conferencia es conveniente que tenga un estilo publicitario aunque sea poco teológico. Es decir, cuando se estime conveniente, se dará otro título a la misma charla con vistas al vocabulario y mentalidad de quienes leen el periódico *Heraldo de Aragón*

- En las puertas y bancos del templo parroquial. En el tablón de anuncios de las Clarisas Capuchinas, de Cruz Blanca y de la parroquia de la Presentación. Es sorprendente lo difícil que es que se enteren las personas más cercanas.

- Por correo electrónico. La cartera de contactos es un activo muy valioso y es ahora de 210. Desde “santarafaela1@gmail.com” más de 375 personas son informadas a través de dos **E-mails:** una especie de **E-mail Alarm Notification Service**. El primero, el

jueves anterior, con bastante información sobre el tema y el conferenciante; el segundo correo el día en que se celebra la conferencia simplemente para recordar.

- En el boletín interno de la parroquia “*Desde Hispanidad 61*”, que se buzonea a todas las casas de la parroquia (2.100 ejemplares). Aunque pocas veces sirve como anuncio previo, escrito como crónica de lo sucedido en la parroquia realimenta (*feed-back*) el recuerdo sobre el tema y recalca la importancia de las conferencias.

- Normalmente en la página web del arzobispado de Zaragoza, en la sección de actividades, ([www.arzobispadodezaragoza.org](http://www.arzobispadodezaragoza.org)) se publica también el anuncio.

- *Al final de la conferencia*, se anuncia la siguiente para reforzar la fidelización.

Entendemos que el acierto en la publicidad es algo fundamental y tiene que ser un bombardeo calculado y organizado

## F.- LA ACOGIDA

Es muy importante que, sobre todo, la persona que asiste por primera vez quede sorprendida por la forma en que se la acoge. Todo debe ser lo más delicadamente impactante posible, para que facilite la fidelización, es decir, la continuidad en la asistencia (captar, convencer y conservar). Por ello no sirve cualquier galleta o cualquier caramelo, a ser posible, han de ser distintos (no habituales). La persona que llega no debe tener la sensación de que cada uno va a lo suyo como si entrase en un cine. Tiene que sacar la sensación de que no tuvo que esperar.

## G.- SISTEMA DE EVALUACIÓN:

**1) Evaluar la actividad.** Hablando con seriedad, a nada se puede llamar “plan” si no lleva consigo un modo claro y **objetivo** de evaluar los resultados. Por ello, en nuestro caso, se ha establecido el **medir la asistencia** (procedimiento adoptado: 70 asistentes = 10 puntos, es decir, **muy bien**; menos de 35 asistentes, suspenso, es decir, **mal resultado**) Es una especie de nota académica (número de asistentes multiplicado por 10 y dividido entre 70) que evita las impresiones subjetivas. En cuanto a la escala de medida, el objetivo programado es realista y se ha fijado después de comprobar la asistencia a los foros de conferencias en nuestra ciudad.

En el curso 2009/**2010** (en 11 sesiones) la calificación media fue de 8,5 puntos. En el *curso* 2010/**2011** la nota fue un 9,15. En el 2011/**2012**, las 10 sesiones de Formación para adultos tuvieron una media de 76,90 asistentes (nota 10,98) y en las 3 sesiones del Ciclo Mi Familia la media fue de 52,33 (nota 7,47).

En el curso 2012/**2013**, la media de asistencia en las 11 sesiones, desde septiembre, ha sido de **113 personas** (105+76+82+165+76+85+122+**196**+82+135+118 = 1.242). La nota podría ser un 16,14 puntos. Los conferenciantes han sido 4 mujeres y 8 varones.

Los participantes (ponentes y asistentes) están bastante satisfechos de la calidad de las preguntas y del diálogo. A alguna sesión ha asistido un perceptible número de no creyentes (por ejemplo, cuando Cristina Inogés Sanz trató el tema de las beguinas). En evaluaciones hechas por los asistentes, Luis Betés obtuvo un 9,23 y Amaya Gil un 9,60.

Un 67% de los destinatarios de los e-mails de aviso no son de esta parroquia. Unos 50 e-mails son de cortesía. Hasta la fecha, 210 han firmado la correspondiente petición para que se les avise.

## Perfil de los asistentes:

- El porcentaje varones-mujeres está bastante igualado
- Han cursado estudios superiores más del 82%
- Son menores de 60 años el 38%

Un 55% son mujeres con una media de edad de 61 años.

**La media de edad** de la muestra total es de **62,54 años**. La mediana son los 64 años y la moda 65.

Están por debajo de los 65 años el 53% de los asistentes.

Llegan hasta la iglesia de Santa Rafaela en coche particular o en bus el 33%.

Puestos a dar cifras, podemos decir que suelen tomar café a la entrada unas 40 personas. No son de la parroquia el 44%. Estos proceden de parroquias vecinas como San Francisco Javier, Presentación, Montecanal, Almozara; o del centro de la ciudad como San Miguel y otras; o del otro lado del río Ebro, ACTUR, La Jota; Incluso, en ocasiones, de pueblos cercanos y, hasta lejanos. Los feligreses de ideas religiosas más conservadoras no asisten nunca. Hay feligreses no creyentes que solo pisan la parroquia en esta ocasión.

## 2) Evaluar referente a la consecución de la finalidad última

Si las conferencias son solamente un medio (un objetivo intermedio) para conseguir un fin, no podemos quedarnos tranquilos porque la asistencia sea buena: debemos **tratar de percibir si facilitan la experiencia personal de Dios**, que es nuestra finalidad última. Esto es más difícil evaluar de forma cuantificada por ser un aspecto interno de las personas asistentes pero, por lo captado, en las conversaciones, en las preguntas posteriores a la conferencia y en los emails recibidos, los resultados son muy positivos.

Es también indicativo el número de personas (más de 375) que han dado voluntariamente su E-mail para que se les avise y la perseverancia observada en la asistencia.

## H.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

En ocasiones, previo aviso, después de las conferencias más cercanas a Navidad y a Semana Santa, se **cena** fundamentalmente con lo que los asistentes traen. Se convive libremente un rato y luego, ya sentados, se le hacen preguntas al conferenciante. A veces, salen temas para futuras conferencias. Hasta ahora, los asistentes quedan siempre muy contentos. Al terminar, se deja el salón limpio.

Los asistentes y quienes lo deseen son invitados a un **Fin de semana para pensar**. Suelen participar entre 40 y 55 personas. Hasta la fecha, ha animado esta actividad la teóloga y psicóloga Alicia Fuertes Tuya. Se trata de profundizar más en la experiencia personal de fe. Suele ser en un lugar cercano para posibilitar la asistencia a actos concretos a quienes no les es posible quedarse a todo. Igualmente se invita a todos a la **excursión** “final de curso”. Suelen ser unos 55 asistentes.

En esta ocasión las Convivencias fueron en el CMU Azaila y en la excursión se visitó Calatayud.

## I.- CONSECUENCIAS INDIRECTAS

Con la realización de estas sesiones, se colabora indirectamente en la Pastoral Universitaria, en la Pastoral Penitenciaria, en Caritas, en otras parroquias, en otras instituciones y en aspectos diversos de la vida diocesana enumerados en el punto A2.

Igualmente se contribuye a la creación y fortalecimiento de una comunidad natural en la que las personas se conocen, superándose los efectos de la “urbanización cerrada”.

## J.- MEDIOS, TIMING Y PROTOCOLO DE ACTUACIÓN

### 1).- Medios materiales para la acogida:

Café, Nescafé en sobre, leche, infusiones, agua mineral, azúcar, sacarina edulcorante, galletas suecas con y sin chocolate (*Havreflarn, Chokladflarn*), frutas de Aragón, caramelos de miel, etc.

Mesas, bandejas, 4 termos, papelera, bolsa para basura, vasos, cucharillas, servilletas,

Proyector digital BenQ MP642, ordenador portátil, (equipo de repuesto) mando a distancia, megafonía, cable de conexión para sonido desde ordenador, calefacción, luz eléctrica, papel, fotocopidora, gratificación conferenciante.

### COSTE ECONÓMICO POR SESIÓN

Gratificación al conferenciante	150,00
Galletas <i>Havreflarn, Chokladflarn</i> (2 cajas)	9,45
Agua mineral (6)	1,80
Café	1,29
Nescafé classic 10 sobres	0,99
Leche (2)	1,50
Infusión (25 sobres)	1,69
Frutas de Aragón (kilo)	9,00
Caramelos miel	2,00
Azúcar (sticks)	1,00
Edulcorante (Natreen granulado)	3,09
Bolsa basura (15)	0,60
Vasos desechables (50)	2,14
Cucharillas café desechables (50)	1,20
Servilletas desechables (100)	0,95
Proyector digital (2,30 horas)	0,75
Cable conexión (45 €)	0,70
Calefacción (3 horas)	25,00
Electricidad (1,7 kw)	1,00
Fotocopias (60)	2,40
Desplazamientos para buscar proyector de repuesto y comprar galletas IKEA	4,00
Llamadas telefónicas (móvil)	1,00
Chinchetas, celo, pegamento	0,05
<b>TOTAL ESTIMADO</b>	<b>221,4</b>

Se sirven unos 30-45 cafés y 3-5 infusiones

Se consumen 2 cajas de galletas de chocolate

Suele haber unos 25 coches aparcados por motivo de la conferencia

## 2).- Orden para las tareas de acogida

Comprobar las existencias y comprar lo que falte

Colocar las mesas y la papelería, bajar las bandejas con los vasos, cucharillas, servilletas, Nescafé en sobre, infusiones, edulcorante, agua mineral

Colocar las galletas, frutas de Aragón y caramelos

Hacer el café, calentar la leche y el agua para infusiones y poner todo en los termos, es decir, en el termo blanco grande 2 litros de leche desnatada, el termo negro pequeño lleno de café descafeinado (¿marca Marcilla?) y el blanco la mitad de lleno. El otro con agua caliente para infusiones. Poner también 4 botellitas de agua mineral.

Llevarlo a la parroquia un cuarto de hora antes

Localizar y dar conversación a las personas nuevas, hacer que tomen algo.

## 3) Medios personales para la acogida

*Nos remitimos al apartado de colaboración*

## 4) Orden de tareas para la conferencia

**a).**- Establecer **calendario** (cada 15 días) teniendo en cuenta los puentes, los conciertos y los partidos de fútbol importantes (difícil).

**b).**- Escuchar conferencias de la ciudad y contactar con el o la conferenciante elegido/a.

**c).**- Diseñar, imprimir y fotocopiar los carteles anunciadores para las entradas y las puertas de la parroquia. Llevar algunos a las Capuchinas, a Cruz Blanca, a la Presentación y a las librerías de Ars y San Pablo. Se incluirá en ellos el código QR con información sobre esa conferencia concreta.

**d).**- Llevar el anuncio a *Iglesia en Zaragoza* (**20 días antes**)

**e).**- Diseñar, imprimir y guillotinar la propaganda que se pondrá en los bancos de la iglesia el sábado anterior a la conferencia y que se deberán retirar después de la última misa del domingo. Son 55 trípticos en Din-A4 con 3 anuncios cada uno (165 ejemplares de anuncio) La colocación será de cuatro anuncios por banco grande situados en la parte plana del reclinatorio para evitar molestias a personas mayores que no se sentarán encima del anuncio y tendrán que retorcerse para quitarlo. En los bancos pequeños, laterales o del fondo se depositará el papel sobre el asiento.

**f).**- Si el conferenciante no lo ha hecho, diseñar y montar las imágenes digitales de la conferencia

**g).**- Diseñar y montar imágenes digitales como ambientación previa a la conferencia. Diseñar y montar la “cola digital” de la conferencia **anunciando el tema, la fecha y el conferenciante de la siguiente**, tal como enseña el merchandising (antes de terminar de vender un producto hay que comenzar a vender otro)

**h).**- Mandar por e-mail el anuncio a *Heraldo de Aragón* el **jueves anterior**.

**i).**- Mandar por e-mail el primer aviso (el **jueves anterior**) a las 375 personas que han dado su cuenta para este exclusivo fin. Redactar este aviso con justificación de la oportunidad del tema, datos del conferenciante, conceptos y vocabulario necesarios para una mejor comprensión, etc.

**j).**- El **domingo anterior**, avisar e invitar en las misas. Buscar un segundo proyector digital y otro ordenador para prevenir fallos

El **domingo anterior** por la noche, enviar un segundo e-mail para que lo abran el lunes por la mañana recordando que ese día es la conferencia. Añadir como archivo adjunto una imagen con un pequeño plano de cómo llegar a la parroquia.

**k).-** Diseñar, imprimir y fotocopiar a tamaño DINA-3 (+142) el anuncio para la conferencia siguiente, que se colocará después de la misa del domingo para que lo puedan ver quienes asistan el lunes

**l).-** Si el tema lo permite, avisar a la librería Ars para que monte el servicio de venta de libros relacionados con el tema de la conferencia.

**m).- El día de la conferencia:** comprobar que viene anunciada en el *Heraldo de Aragón*, montar las mesas para la acogida, montar micro, mesita, (bandeja con agua, vaso y servilletas), encender la calefacción con 2 horas de tiempo. Encender las luces exteriores de la parroquia, encender la proyección y la música de fondo. Encender el ordenador y el proyector (conectar cable de sonido, si es necesario). Colocar el café y la leche en las bandejas. Recibir a los asistentes, localizar las caras nuevas y contactar con esas personas, procurar que nadie se sienta extraño, encargar a algún asistente cercano a los altavoces la **grabación digital** de la conferencia, recibir al conferenciante, apagar la música de fondo, comenzar puntualmente (a las 20,35), presentar al conferenciante, quitar la **calefacción** por el ruido que produce, enchufarla de nuevo si se observa que los asistentes notan frío. Anotar el **número** de asistentes y de coches aparcados. Encender más luces al acabar la disertación, dar las gracias al conferenciante, acercar el micro inalámbrico a quienes preguntan. Recordar que pueden dejar su e-mail. Despedir a todos. Recoger todo, apagar luces exteriores.

Quienes lo desean, pueden llevarse la **grabación digital de la conferencia** en el *Pendrive* que deben traer (puede ocupar 65 megas). Por lo tardío de la hora la copia se hará en los días siguientes.

**n).- Al día siguiente de la conferencia,** llevar carteles anunciadores de la siguiente conferencia a las Capuchinas, a la Cruz Blanca, a la Parroquia de la Presentación, etc.

## 5).-TIEMPO ESTIMADO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS TAREAS

*(Sin contar el tiempo empleado por el conferenciante en preparar su disertación)*

<b>Planificación</b> .....	3,00 horas
<b>Publicidad</b> .....	3,00
<b>Acogida</b> .....	3,30
<b>Realización</b> .....	3,30
<b>Redondeo</b> .....	<b>13 horas</b>

## K.- DESARROLLO HASTA LA FECHA. TEMAS Y CONFERENCIANTES

Desde octubre de 2003 hasta la fecha en 2013 han sido **93** sesiones.

Informativas-formativas: 36, Biblia 18, mundo actual 5, ciencia-fe 5, historia iglesia 7); presentación de campos de compromiso cristiano 10; experiencia de Dios 18.

Pese a que solo 7 de las conferencias impartidas habían sido dadas ya en otro lugar, en la actualidad se entiende que es difícil que un conferenciante de calidad prepare un tema exclusivamente para esta parroquia socialmente desconocida y que, por tanto, prestigia poco. En general, se recurre a que repitan para nosotros temas que ya tienen preparados y dados, aunque siempre introducen interesantes modificaciones.

La gratificación al conferenciante, era en años pasados una cerámica llena frutas de Aragón o algo similar. En los últimos años se ha ido introduciendo, según las personas, una gratificación en metálico que actualmente es de 150 € (sin recibo)

Sin pretender total exactitud matemática, hasta la fecha:

En más de 56 ocasiones han sido curas los conferenciantes (68 %)



En 23 ocasiones han sido seglares (hombres y mujeres) (28 %)

**Solo** en 12 ocasiones han sido mujeres las conferenciantes (14 %)

Tendremos en cuenta estos datos para paliar las diferencias entre los tipos de conferenciantes, pero **sin perder calidad**. Esto no nos ha resultado fácil por diversas causas

### 1) ASISTENTES.

La mayor asistencia a una sesión fueron 196 personas, la menor 38. En el primer caso, el tema era *El protocolo en la Biblia*.

### 2) COLABORACIÓN EN LA ACTIVIDAD

En este aspecto las cosas **no funcionan bien** ya que todo el peso recae sobre poco más de 3 personas. La movilidad existente en las personas de la parroquia hace que no sea posible contar con colaboraciones fijas siempre sino que, al fallar, haya que pedir ayuda a otras personas. Esta dificultad es común al resto de actividades de la parroquia.

Desde luego, se precisa más ayuda a la hora de preparar la acogida y también cuando se recoge lo preparado (al ser tarde, lógicamente las personas tienen prisa, pero organizándose adecuadamente podría solucionarse). También se precisan más personas que estén atentas a recibir a quienes no son de esta parroquia y también alguien para atender el ordenador, poner discos o regular las luces.

Sería ideal la formación de un equipo de personas (no más de 6-8) que se responsabilizasen de realizar algunas de las tareas. Por ejemplo:

1) Poner la propaganda en los bancos de la iglesia para que esté antes de la misa de 12 del domingo. Normalmente puede hacerse en cualquier momento a partir de la catequesis del jueves. Puede llevar unos 15 minutos

2) Quitar esa propaganda después de la misa de las 13 horas del domingo. Puede llevar 10 minutos.

3) Poner las mesas con las bandejas para la acogida. Puede llevar 25 minutos. Ha de hacerse a partir del domingo por la tarde hasta el lunes a las 5 horas.

4) Dejar en su lugar, después de la conferencia

- el proyector y el ordenador
- las bandejas
- las mesas

Si fuesen 3 personas (una cada tarea) llevaría 5 minutos

5) Personas dispuestas a hacer el café y calentar la leche en caso de fallo de los que lo hacen habitualmente.

No falta disposición de ayudar, pero coinciden los viajes y las ausencias cuando es necesaria esa ayuda. Muchos no se comprometen por miedo a fallar. Esto no requiere asistir a reuniones, casi todo puede acordarse por teléfono. No consiste en que colaboren los que ya lo hacen en otros campos y tampoco facilita las cosas el pedirles que se integren en alguno de los grupos existentes (si quisiesen hacerlo ya lo habrían hecho)

Si los colaboradores viviesen cerca de la parroquia, el esfuerzo y el tiempo serían menores.

### 3) ANOTACIONES

Ni el mal tiempo atmosférico puntual (lluvia, frío, intensa niebla), ni el fútbol ni los conciertos musicales han impedido nunca una asistencia aceptable, pero hay que

intentar la no coincidencia. Cuando el tiempo es primaveral sí que normalmente baja el número de asistentes, por ello las conferencias tienen lugar entre septiembre y abril.

También se supera sin dificultad el tipo de urbanización del entorno que puede dar sensación de soledad al caminante en la oscuridad del anochecer de esos meses.

La “competencia” (entiéndase la palabra), es decir, los modelos principales en Zaragoza son: *Centro Pignatelli*, *Acción Social Católica*, *Centro Berit* (situados **todos** en la zona centro de la ciudad, cuyo horario de inicio es las 19,30 horas y con pocas posibilidades de aparcamiento). Nuestro “*nicho de mercado*” (nuestra clientela) es otro y, por ello, tiene mucha importancia lo que la Parroquia de Santa Rafaela ofrece como diferente: **diversidad e interés en los temas, posibilidad de aparcamiento, la hora de inicio, el ambiente de acogida y el tamaño y calidad de la imagen digital.**

**Networking.** Se ha enviado esta memoria a algunos sacerdotes por si pudiese favorecer un cierto Networking