



EVANGELIZANDO E MOBILIZANDO A SOLIDARIEDADE

Manual de Animação de Campanhas



C748e Conferência Nacional dos Bispos do Brasil/Evangelizando e Mobilizando a Solidariedade: Manual de animação de Campanhas. Brasília, Edições CNBB, 2007.
Evangelizando e Mobilizando a Solidariedade: Manual de animação de Campanhas 64p.: Formato 15 x 21 cm. Impresso no papel reciclado 75 g.
ISBN 978-85-60263-08-0

1 - Evangelização. 2 - Missão. 3 - Fundamentos Bíblicos-Teológicos. 4 - Mobilização da Solidariedade.

CDU - 266

CNBB - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

Coordenação:

Secretaria Executiva da Campanha da Fraternidade, da Campanha para a Evangelização e Pontifícias Obras Missionárias

Edição e organização do conteúdo:

Roberto Marinho Alves da Silva (Doutor em Desenvolvimento Sustentável)

Redação:

- Cônego José Carlos Dias Toffoli (Secretário Executivo da CF e da Campanha para a Evangelização)
- Pe. José Adalberto Vanzella (Responsável pela Campanha da Fraternidade no Regional Sul 1 da CNBB)
- Pe. Daniel Lagni (Diretor das Pontifícias Obras Missionárias)
- D. Odilo Pedro Scherer (Secretário-Geral da CNBB)

Colaboradores:

- Pontifícias Obras Missionárias: Alair Ranzan, João Bosco Nogueira Fonton
- Cáritas Brasileira: Anadete Gonçalves Reis, Daniel Gonçalves de Oliveira, João Francisco Araújo Maria, José Magalhães de Sousa, Maria Cristina dos Anjos, Renina Valejo, Sérgio Almeida, Vitélio Pasa
- Pe. Carlos Alberto Chiquim (Secretário Executivo do Regional Sul 2 da CNBB)
- Contribuições do Conselho Permanente da CNBB na reunião do dia 9 de fevereiro de 2007 em Brasília
- Conselho Gestor do Fundo Nacional de Solidariedade

Projeto Gráfico, Capa e Diagramação:

Engenho - Suporte em Comunicação

Revisão:

Divina Queiroz

Impressão:

Gráfica e Editora América

Tiragem:

50.000 exemplares

ÍNDICE

Apresentação.....	5
Introdução.....	7

PARTE 01

As campanhas realizadas pela Igreja no Brasil.....	13
1. A Campanha da Fraternidade.....	14
2. Campanha Missionária.....	20
3. Campanha para a Evangelização.....	26
4. Campanhas Emergenciais.....	31

PARTE 02

Fundamentos Bíblico-teológicos das Campanhas de Evangelização e mobilização da solidariedade.....	35
---	----

PARTE 03

Organizando e animando as campanhas.....	43
1. O que é uma campanha.....	44
2. Como organizar uma campanha.....	46
2.1. Momento de preparação.....	46
2.2. Momento de lançamento.....	47
2.3. Desenvolvimento da campanha.....	48
2.4. Momento ou período de coleta.....	50
2.5. Momento Pós-Campanha: a continuidade da campanha no gesto concreto.....	51
2.6. Avaliação e sistematização da campanha.....	53
3. As Equipes Permanentes de Campanhas.....	54
3.1. O que é uma Equipe Permanente de Campanhas.....	54

3.2. Atuação das Equipes Permanentes de Campanhas.....	55
a) Educando para a Solidariedade.....	56
b) Promovendo Coletas como Vivências da Solidariedade Transformadora.....	57
c) Participando da Gestão dos Fundos de Solidariedade.....	58

ANEXO

Orientações da CNBB sobre contribuições dos fiéis para instituições e iniciativas eclesiais.....	59
I. Introdução.....	60
II. Oferta do Dízimo.....	61
III. Coletas.....	61
IV. Ofertas e doações espontâneas.....	62
V. Ofertas por ocasião dos serviços pastorais.....	63
VI. Ofertas solicitadas (campanhas) em âmbito diocesano.....	63
VII. Ofertas solicitadas (campanhas) em âmbito nacional.....	64

APRESENTAÇÃO

A Igreja vive da generosidade dos seus fiéis, que contribuem de diversas maneiras para a manutenção dos serviços necessários ao cumprimento da missão da Igreja. Essas contribuições são fruto da fé e da gratidão a Deus, bem como da compreensão dos deveres de todos os batizados em relação à vida da Igreja.

Desde os tempos apostólicos, os cristãos foram estimulados à generosa partilha dos próprios bens e a ajudar os irmãos e comunidades necessitadas. São bem conhecidas as campanhas de São Paulo em favor da comunidade empobrecida de Jerusalém (cf. 1Cor 8-9; Rm 15,25-29).

A Igreja Católica tem várias campanhas ao longo do ano, algumas para as necessidades universais da Igreja e outras para a Igreja no Brasil. Essas campanhas foram decididas pela Santa Sé, ou pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil e empenham a todos os católicos. O dízimo é constante e, geralmente, tem em vista as necessidades das comunidades locais; as campanhas têm épocas e momentos específicos, visando as necessidades mais gerais da Igreja.

As duas grandes campanhas que a Igreja no Brasil realiza, juntamente com a Campanha Missionária, são ocasiões preciosas para educar para a solidariedade, que brota da fé e da consciência cristã: Solidariedade social para com os pobres (Campanha da Fraternidade) e co-responsabilidade de todos na realização da missão evangelizadora da Igreja (Campanha para a Evangelização).

A manutenção da Igreja no Brasil ainda depende, em boa parte, de recursos externos e da generosidade dos católicos de outros países. É

necessário buscar sempre mais a auto-sustentação, despertando a consciência de todos os católicos para o dever da partilha generosa dos bens.

A avaliação do desempenho dessas campanhas da Igreja no Brasil revelou a necessidade de aprofundar o sentido delas, bem como a metodologia de sua promoção e realização. Nasceu assim a idéia deste Manual de Campanhas, que tenho a satisfação de apresentar. Nele, de fato, aparece a descrição e a motivação de cada uma das campanhas aprovadas no Brasil, a serem realizadas por todos, bem como várias indicações práticas sobre sua organização e realização efetiva. A proposta do Manual tem o aval do Conselho Permanente da CNBB.

Agradeço a todos os colaboradores na elaboração deste texto, especialmente ao Côn. José Carlos Dias Toffoli, da Secretaria Executiva das Campanhas, da CNBB, ao Sr. Vitélio Pasa, da Cáritas Brasileira, e ao Pe. Daniel Lagni, das Pontifícias Obras Missionárias; o mesmo agradecimento também vale para todos aqueles que, nos Regionais, Dioceses e Paróquias do Brasil, não medem esforços para o bom desempenho das diversas campanhas ao longo de cada ano.

Faço votos que este subsídio seja de grande utilidade para promover as campanhas da Igreja Católica e a cultura da partilha fraterna, como convém a discípulos e missionários de Jesus Cristo.

Brasília, 19 de março de 2007,
*solenidade de São José, Esposo da Virgem
Maria e Patrono universal da Igreja.*

Dom Odilo Pedro Scherer
Arcebispo de São Paulo
Secretário-Geral da CNBB

INTRODUÇÃO

A solidariedade é certamente uma das marcas do povo brasileiro. O desafio é organizar melhor a solidariedade. Em todos os recantos desse imenso País encontramos exemplos de pessoas e comunidades que se mobilizam, ajudam-se mutuamente, juntam seus esforços, contribuem e fazem doações para melhorar suas condições de vida e de outras pessoas que estão em situação de emergência ou em risco social permanente.

As campanhas são momentos especiais de mobilização de uma grande parcela da população diante de uma questão relevante para a sociedade. Elas podem ter formas e objetivos diferenciados:

- ➡ Organizar a solidariedade, mobilizando o apoio das pessoas e a conjugação de esforços para superação de um problema que tem forte apelo social.
- ➡ Gerar consciência em torno de uma questão de interesse da sociedade.
- ➡ Mobilizar pessoas para participar de ação coletiva, para aderir a uma causa ou para legitimar interesses e organizações políticas e sociais representativas.

Existem campanhas que articulam os vários objetivos: a mobilização da solidariedade, a conscientização e a organização política, mas são poucas as campanhas de mobilização das pessoas para as ações sociotransformadoras, ou seja, de construção de medidas de

enfrentamento dos problemas em médio e longo prazo. Como sabemos, a maioria das campanhas no Brasil é articulada a situações emergenciais e tragédias coletivas, reduzindo a participação das pessoas à doação de recursos financeiros e outros donativos. Essas campanhas vêm se ampliando na mídia, conclamando indivíduos e coletividades a contribuir na redução tópica do sofrimento humano.

No Brasil, a Igreja, em nível nacional, também realiza várias campanhas com objetivos de evangelizar e de mobilizar para a solidariedade: a Campanha da Fraternidade (CF), que já está perto de completar 50 anos de existência com esses objetivos; a Campanha Missionária, iniciada em 1926, durante o mês das missões (outubro); a Campanha para a Evangelização, durante o período do Advento; e outras campanhas, realizadas de forma esporádica, diante de situações emergenciais no Brasil e em outras partes do mundo.

Nos últimos anos, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) vem refletindo sobre a necessidade de aperfeiçoar as campanhas anuais que realiza. Para isso, alguns desafios têm sido colocados. Um deles é a necessidade do aprimoramento dos mecanismos de organização das campanhas, potencializando os instrumentos de comunicação direta com a sociedade, visando uma melhor e maior disseminação das mensagens, para ampliar a adesão, a conversão e a mobilização social (gestos concretos) em torno das questões e temáticas propostas.

Outro desafio é transformar as campanhas em momentos fortes de educação para a prática da solidariedade coletiva, sobretudo em torno das mobilizações para ações evangelizadoras e sociotransformadoras. Deseja-se que as campanhas provoquem a conversão e mobilizem pessoas para que possam crescer humanamente e na vivência da fé. Ligado a esses dois desafios, coloca-se um terceiro que é o de ampliar as contribuições da sociedade, sobretudo dos cristãos, nas coletas de recursos para a evangelização, para as ações missionárias e para apoiar as iniciativas de solidariedade.

Algumas iniciativas vêm sendo implementadas pela CNBB para enfrentar esses desafios. Uma delas foi a organização de dois momentos anuais fortes de campanha. Em 1998, a 36ª Assembléia Geral dos Bispos decidiu que a partir de 1999, os recursos da coleta da Campanha da Fraternidade fossem totalmente destinados ao apoio de iniciativas sociais

ou de solidariedade. Os recursos para as atividades de Evangelização seriam gerados pela Campanha para a Evangelização, com uma coleta realizada sempre no terceiro domingo do Advento.

A coleta da CF passou a ser chamada de Coleta da Solidariedade, sendo 60% dos recursos destinados às dioceses, na constituição de Fundos Diocesanos de Solidariedade (FDS); e 40% dos recursos destinados ao Fundo Nacional de Solidariedade (FNS). Desde a sua implantação em 1999, o FNS e os FDS vêm tentando implementar uma prática inovadora de ação de solidariedade através do apoio a projetos de enfrentamento das conseqüências da exclusão social (a fome, a miséria, as condições precárias de vida) a partir da promoção e da organização dos próprios grupos de excluídos.

Além das Campanhas Nacionais coordenadas pela CNBB, as dioceses e paróquias também realizam as coletas para atender as necessidades universais da Igreja Católica, por determinação da Santa Sé. São elas:

- ➔ Coleta para os Lugares Santos, na Sexta-feira Santa. Com o fruto dessa coleta, são mantidas obras que marcam a presença cristã e católica na Terra Santa, como paróquias, escolas, comunidades religiosas, iniciativas de estudos e pesquisa, obras sociais e iniciativas de diálogo ecumênico e inter-religioso. O fruto da coleta deve ser repassado integralmente à cúria diocesana, que lhe dará o devido encaminhamento.
- ➔ Óbolo de São Pedro, no domingo da celebração da solenidade de São Pedro e São Paulo (perto de 29 de junho). Esta coleta é também conhecida como "coleta da caridade do Papa", pois destina-se a socorrer, através de iniciativas pontifícias, situações da Igreja e da sociedade em todo o mundo, onde ocorra especial necessidade. O resultado da coleta deve ser encaminhado integralmente à cúria da diocese, que o enviará à Nunciatura Apostólica.
- ➔ Coleta para as Missões e a Obra da Santa Infância, no penúltimo domingo de outubro. A coleta é precedida pela Campanha Missionária, durante todo o mês de outubro, e destina-se a apoiar a ação missionária da Igreja em todo o mundo, sob a coordenação

da Santa Sé. A campanha e a coleta são uma ocasião para expressar concretamente a responsabilidade comum de todos os batizados na obra missionária da Igreja. O fruto da coleta missionária deve ser encaminhado integralmente para a cúria da diocese, que o enviará para as Pontifícias Obras Missionárias, em Brasília.

Nos últimos anos, a CNBB organizou seminários nacionais para avaliar os avanços e os desafios das campanhas que realiza, além de refletir sobre a dinâmica dos Fundos de Solidariedade. Uma das constatações é de que ainda existem paróquias e dioceses que não enviam o total da coleta das campanhas que são realizadas pela Igreja no Brasil. Salienta-se que é importante respeitar a intenção dos doadores e as porcentagens de cada campanha para cada instância. Constatou-se que essas campanhas e suas coletas não estão sendo suficientemente organizadas, faltando maior envolvimento das pastorais e serviços para mobilizar a participação ativa e a contribuição das comunidades cristãs e da sociedade em geral.

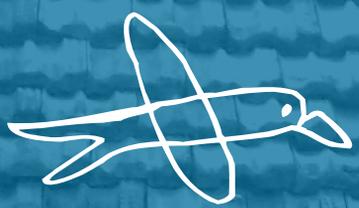
A partir desses eventos e reflexões, foram sugeridas algumas estratégias para melhorar as campanhas para a Evangelização, Missionária e de Solidariedade. Uma dessas estratégias é o fortalecimento dos contatos diretos com a população, aprimorando os instrumentos de comunicação nas campanhas e tornando conhecidas as iniciativas de mobilização que foram geradas a partir dos apelos e mensagens da campanha e as ações que puderam ser apoiadas com os recursos coletados. Ou seja, é necessário gerar relações de confiança com a população para ampliar os resultados da campanha, dando transparência à aplicação dos recursos que, afinal de contas, são públicos (doações da sociedade).

Outra estratégia fundamental é a organização de equipes de animação comunitárias, paroquiais e diocesanas que permita a continuidade do trabalho durante todo o ano, nas três principais campanhas nacionais (fraternidade, missionária e evangelização). Essas equipes permanentes deveriam ser responsáveis pelo planejamento, formação dos agentes da campanha, organização das atividades e instrumentos locais da campanha, inclusive os momentos de coletas e de prestação de contas (retorno à sociedade).

Sabe-se que, hoje, na maior parte das dioceses no Brasil, são formadas equipes para cada uma das campanhas e com grande rotatividade anual. Muitas vezes a equipe da campanha não tem a responsabilidade de mobilizar e organizar a coleta, gerando um descolamento entre campanha, coleta e devolução. As equipes únicas podem contribuir para a ligação desses três elementos: concebendo a campanha enquanto processo de conscientização, sensibilização e apelo à conversão e ao compromisso social, incluindo a contribuição nas coletas vinculadas às campanhas.

Com essa intenção foi elaborado o presente manual. Ele é um instrumento para contribuir na formação e organização de equipes diocesanas, paroquiais e comunitárias de animação das campanhas anuais da fraternidade, missionária e para a evangelização. Ele foi organizado em três partes. Na primeira, encontra-se a apresentação de cada uma das campanhas, com os seus sentidos, significados, períodos de realização e especificidades da coleta e sua destinação. Segue-se uma fundamentação bíblico-teológica sobre o sentido das campanhas. Na terceira parte, apresenta-se um conjunto de sugestões e orientações para a organização e animação de campanhas, com destaque para a constituição e funcionamento de equipes permanentes de campanhas e para dinamização das coletas. No final, o MANUAL traz em anexo orientações da CNBB sobre contribuições dos fiéis para instituições e iniciativas eclesiais e um encarte com um questionário para avaliação das campanhas que forem realizadas pelas equipes já existentes ou que forem criadas a partir desse instrumento.





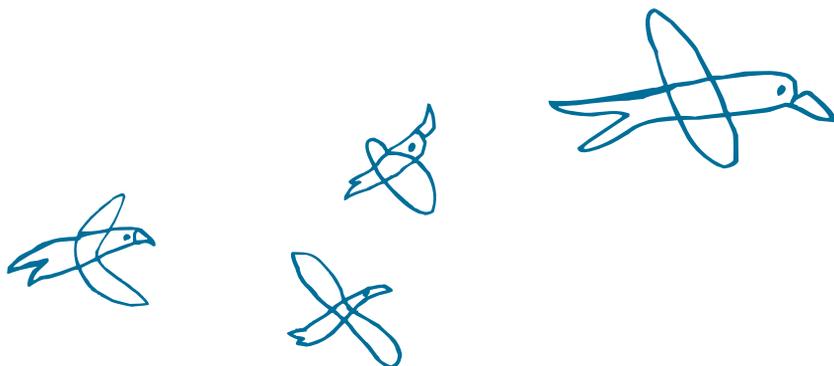
PARTE

01

AS CAMPANHAS REALIZADAS PELA IGREJA NO BRASIL

A Igreja no Brasil realiza anualmente três campanhas com coletas: a Campanha e Coleta Missionária, a coleta e Campanha para a Evangelização e a coleta e Campanha da Fraternidade. Cada uma delas nos apresenta um tema para a conscientização dos fiéis e realiza a coleta como um gesto concreto de participação na obra proposta pelo tema. Também realiza a coleta dos Lugares Santos e do Óbolo de São Pedro, sem campanha.

Essas campanhas anuais e coletas não têm como única finalidade o levantamento de fundos para determinados fins, mas também a formação da consciência do fiel sobre a realidade na qual estes fins estão inseridos, aliando assim formação de consciência com realização de projetos nos mais diferentes sentidos.



1. A CAMPANHA DA FRATERNIDADE

A Campanha da Fraternidade aconteceu pela primeira vez em âmbito nacional em 1964 e vem sendo realizada todos os anos até os nossos dias. É uma campanha quaresmal, que une em si as exigências da conversão, da oração, do jejum e da esmola através de uma questão social relevante para o País como um todo. Assim, esta Campanha convoca os cristão a uma maior participação nos sofrimentos de Cristo como possibilidade de auxílio aos pobres, com início na Quaresma e ressonância no ano todo (cf. CNBB, Pastoral da Penitência, Doc 34, n.o 4.3).

A Campanha da Fraternidade se expressa concretamente pela oferta de doações em dinheiro na coleta da solidariedade. É o gesto concreto de fraternidade, partilha e solidariedade, feito em âmbito nacional, em todas as comunidades cristãs, paróquias e dioceses. Esta coleta encerra oficialmente a Campanha da Fraternidade e acontece sempre no Domingo de Ramos, quando iniciamos as comemorações da Semana Santa.

Uma campanha quaresmal de evangelização e de mobilização da solidariedade

Em 1961, três padres responsáveis pela Cáritas Brasileira, fundada em 1956, idealizaram uma campanha para arrecadar fundos para as atividades assistenciais e promocionais da instituição e torná-la autônoma financeiramente. A atividade foi chamada Campanha da Fraternidade e realizada pela primeira vez na Quaresma de 1962, em

Natal - RN. No ano seguinte, 16 Dioceses do Nordeste realizaram a campanha. Foi o embrião de um projeto anual da CNBB, realizado à luz e na perspectiva das Diretrizes Gerais da Ação Pastoral (Evangelizadora) da Igreja em nosso País.

A campanha foi lançada, em nível nacional, em dezembro de 1963, sob o impulso renovador do Concílio Vaticano II, e realizada pela primeira vez na Quaresma de 1964. O tempo do Concílio foi fundamental para a concepção, estruturação e encaminhamentos da CF, do Plano de Pastoral de Emergência, do Plano Pastoral de Conjunto e de outras iniciativas de renovação eclesial. Nesse contexto, nasceu e cresceu a CF.

Do início dos anos 1960 até hoje, a Campanha da Fraternidade é uma atividade de evangelização desenvolvida durante a Quaresma para ajudar os cristãos e as pessoas de boa vontade a viverem a fraternidade em compromissos concretos no processo de transformação da sociedade.

A Campanha da Fraternidade é uma proposta evangelizadora, em preparação à Páscoa, voltada à conversão pessoal e comunitária. É um grande instrumento para desenvolver o espírito quaresmal de conversão, da renovação interior e da ação comunitária em preparação da Páscoa.

A Campanha da Fraternidade tornou-se especial manifestação de evangelização libertadora, provocando, ao mesmo tempo, a renovação da vida da Igreja e a transformação da sociedade, a partir de problemas específicos, tratados à luz do Projeto de Deus. Além de um chamado à conversão, incentiva a prática de gestos concretos de fraternidade em prol da transformação de situações injustas e não-cristãs. Dessa forma, atualiza a mensagem de Cristo, segundo a qual a verdadeira penitência que agrada a Deus é repartir o pão com quem tem fome, dar de vestir ao maltrapilho, libertar os oprimidos, promover a todos.

Até hoje, a Campanha da Fraternidade tem como objetivos permanentes:

- ➡ Despertar o espírito comunitário e cristão no povo de Deus, comprometendo, em particular, os cristãos na busca do bem comum;
- ➡ Educar para a vida em fraternidade, a partir da justiça e do amor, exigência central do Evangelho;

- ➡ Renovar a consciência da responsabilidade de todos na Evangelização, na promoção humana, em vista de uma sociedade justa e solidária.

A Campanha da Fraternidade também visa despertar e nutrir o espírito comunitário e a verdadeira solidariedade na busca do bem comum, educando para a vida fraterna, a justiça e a caridade, exigências éticas centrais do Evangelho. Para isso busca avivar a consciência sobre a responsabilidade de todos na promoção humana e na edificação de uma sociedade justa e solidária, a partir de um tema escolhido a cada ano. “Para cada ano, se escolhe um tema evangelizador, que dinamize uma ação concreta em favor dos necessitados” (Pronunciamento da CNBB por ocasião da abertura da CF 86, Doc 37).

Os temas da CF, inicialmente, contemplaram mais a vida interna da Igreja. A consciência sempre maior da situação de injustiça, da exclusão e de crescente miséria levou à escolha de aspectos bem determinados da realidade socioeconômica e política brasileira. O restabelecimento da justiça e da fraternidade nessas situações era compromisso urgente de fé. A CNBB define esses temas, conforme as Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil, a partir de critérios relacionados aos aspectos da vida da Igreja e da sociedade, sobretudo os desafios sociais, econômicos, políticos, culturais e religiosos.

Coordenação e animação da Campanha da Fraternidade

A CF é uma iniciativa da CNBB juntamente às dioceses e prelazias, realizada à luz e na perspectiva das Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora da Igreja no Brasil. A campanha, portanto, depende do envolvimento dos agentes de pastoral, organizados em equipes de coordenação e animação, contando com o apoio e efetivo envolvimento das pastorais e serviços.

Para uma eficaz e frutuosa realização da CF, é indispensável realizar, a cada ano, o processo de seu planejamento e também de avaliação. Isso não acontece sem a constituição de equipes de trabalho

com entusiasmo, dinamismo, criatividade, com profunda espiritualidade e zelo apostólico. O planejamento e a formação das equipes comunitárias, paroquiais e diocesanas são fundamentais para garantir o alcance dos objetivos da CF.

Com a experiência acumulada ao longo dos anos, pode-se perceber 04 momentos fortes na Campanha da Fraternidade. As equipes locais e diocesanas da campanha devem estar atentas para esses momentos durante o planejamento e avaliação das atividades.

a. Lançamento da Campanha. A Quarta-feira de Cinzas marca a abertura do tempo da Quaresma, um tempo especial de evangelização, de chamado à conversão e de penitência em preparação à Páscoa. No Brasil, neste dia, ocorre também o lançamento da Campanha da Fraternidade, com a apresentação do seu tema anual, chamando a sociedade a olhar para a realidade, julgando e iluminando essa realidade à luz da Palavra de Deus e do pensamento social da Igreja e chamando à conversão através de gestos concretos. Esse é um momento especial que, nos últimos anos, conta com uma mensagem do Papa que abre o lançamento da CF em cadeia de rádio e televisão. Por isso, é necessário planejar bem esse momento, mobilizar a comunidade e usar da criatividade para sensibilizar as pessoas a participarem ativamente da CF.

b. A realização da CF no período quaresmal. Durante os quarenta dias que antecedem o domingo da Páscoa são realizadas as atividades da Campanha da Fraternidade. Algumas dessas atividades que têm dinamizado esse momento são: a CF em família, a CF nas escolas, a Via-Sacra da Fraternidade, programas especiais de rádio e TV sobre o tema da CF, os cantos litúrgicos inspirados no tema da campanha etc. Essas várias iniciativas buscam sensibilizar, educar e mobilizar as pessoas para a vivência da solidariedade cristã, chamando atenção para um aspecto da realidade atual. Diversos materiais têm sido produzidos para esse momento: cartilhas, cartazes, músicas, filmes, documentários etc. É preciso que as equipes locais e diocesanas planejem bem

esse momento, potencializando o uso dos materiais de divulgação, dinamizando e acompanhando as atividades da campanha para garantir os resultados desejados.

C. A Coleta da Fraternidade. No Domingo de Ramos, no início da Semana Santa, realiza-se a Coleta da Campanha da Fraternidade. Nas Assembléias Gerais da CNBB, de 1997 e 1998 foi decidido que a coleta da CF tem destinação social, ou seja, deverá ser revertida em ações de enfrentamento de problemas e melhoria das condições de vida da população em situação de exclusão social. Dessa forma, os recursos obtidos com a coleta tenham a seguinte destinação: 60% para o Fundo Diocesano de Solidariedade (a ser constituído onde ainda não existe) e 40% para o Fundo Nacional de Solidariedade. Os recursos do FNS são administrados pela Cáritas Brasileira e destinados a apoiar projetos relacionados ao tema da CF de cada ano. Para dinamizar a coleta e ampliar os recursos para apoio às ações sociais, também têm sido produzidos materiais: envelopes para doações, cartazes e outros materiais com prestação de contas dos recursos doados à campanha no ano anterior, documentários com as ações apoiadas, divulgação de conta corrente para doação nos meios de comunicação etc. É preciso um bom planejamento e dinamização das atividades no dia da Coleta da Fraternidade, mostrando à comunidade a importância das contribuições que ajudam a mudar, para melhor, a vida de milhares de pessoas.

d. A Continuidade: os gestos concretos da CF. A Campanha da Fraternidade não termina no Domingo de Ramos. As comunidades, pastorais e outras organizações eclesiais e da sociedade devem ser orientadas e incentivadas a dar continuidade à CF, durante todo o ano, principalmente nos gestos concretos inspirados no tema anual da CF. Esses gestos são os verdadeiros sinais de conversão e de vivência da mensagem transformadora que dão testemunho do Cristo Ressuscitado e da presença viva do Reino de Deus entre nós. A cada ano, o Manual de Orientação e o Texto-Base da CF trazem sugestões de gestos

concretos que podem ser assumidos nas diversas situações e organizações. Além disso, valem muito a criatividade e a disposição para o momento do agir. A Coleta da Fraternidade é um tipo de gesto concreto. Os recursos arrecadados nas dioceses devem constituir um Fundo Diocesano de Solidariedade. Esse fundo pode ser ampliado durante todo o ano com outras doações, com a partilha entre os próprios beneficiários desses fundos e até com recursos de outras fontes (recursos públicos, por exemplo). Para dinamizar o FDS e potencializar esse gesto concreto da CF, recomenda-se a criação das Comissões Diocesanas de Solidariedade. Sobre essas questões existe uma cartilha editada pela Cáritas Brasileira: “Fundo Diocesano de Solidariedade”.

Contatos:

CNBB - Secretaria Executiva da Campanha da Fraternidade
SE/Sul - Quadra 801 - Conjunto B - 70401-900 - Brasília-DF
Fone: (61) 2103-8300/2103-8312 - Fax: (61) 2103-8303
E-mail: cf@cnbb.org.br



2. CAMPANHA MISSIONÁRIA

A Campanha Missionária, promovida pelas Pontifícias Obras Missionárias - POM (Obra da Propagação da Fé, Obra da Infância e Adolescência Missionária, Obra de São Pedro Apóstolo e Pontifícia União Missionária), é realizada uma vez por ano, sempre no mês de outubro, culminando no Dia Mundial das Missões, penúltimo domingo daquele mês. Tem a finalidade de cultivar nos fiéis a consciência missionária e levá-los a uma participação mais concreta na ação missionária da Igreja, mediante a sua oferta pessoal pelas Missões de todo o mundo. A esta oferta está associada a formação e vivência da espiritualidade missionária, com a cooperação também espiritual, por meio de orações pelas Missões e pelos missionários, oferecimento de sacrifícios pessoais em prol das Missões, dos missionários, e também com o engajamento pessoal na Missão "ad gentes" (de primeiro anúncio).

O Dia Mundial das Missões

O Dia Mundial das Missões, organizado pelas Pontifícias Obras Missionárias, é o dia reservado pelos católicos de todo o mundo para especial colaboração pessoal na ação missionária universal da Igreja, mediante contribuição financeira, oração e sacrifício. É celebrado anualmente, no penúltimo domingo de outubro, em todo o mundo. Nas palavras do Papa João Paulo II, o Dia Mundial das Missões é "um evento importante na vida da Igreja, pois ensina como contribuir: como oferta feita a Deus, na Celebração Eucarística, e por todas as Missões do mundo" (cf. *Redemptoris Missio* 81).

Todo ano crescem as necessidades da Igreja Católica nas Missões: constituição de novas dioceses, abertura de novos seminários devido ao crescimento do número de jovens que acolhem o chamado de Cristo a segui-Lo como sacerdotes, regiões destruídas por guerras ou fenômenos naturais que devem ser reconstruídas, regiões por longo tempo fechadas à evangelização e que agora se abrem a ouvir a mensagem de Cristo e da Sua Igreja. É por isto que a participação e o comprometimento dos católicos de todo o mundo é tão urgente e necessário.

Cerca de 1.100 dioceses de territórios de Missão recebem regularmente ajuda financeira anual dos fundos recolhidos. Estas dioceses apresentam à Congregação para a Evangelização dos Povos pedidos de ajuda, entre outras necessidades, para catequese, evangelização, seminários, trabalhos das comunidades religiosas, meios de comunicação e transporte, construção de capelas, igrejas, orfanatos e escolas. Os diretores nacionais das Pontifícias Obras Missionárias, em Assembléia Geral em Roma, sempre no mês de maio, decidem, em votação, pela melhor utilização e distribuição destes recursos, considerando as necessidades mais urgentes. Depois os subsídios são distribuídos, na sua totalidade, para as dioceses em territórios de Missão pelo mundo afora.

A origem do Dia Mundial das Missões

Em 1922, foi eleito Papa o Cardeal Arcebispo de Milão (Itália) Achille Ratti, que tomou o nome de Pio XI (1922-1939). Seu ardor missionário era conhecido de todos, e esperava-se dele um grande impulso para a Missão. Já em 1922, constituiu as Pontifícias Obras Missionárias, recomendando-as como instrumentos principais e oficiais da Cooperação Missionária de toda a Igreja. Estimulou a criação de novas Missões e ordenou os primeiros bispos indianos (1923) e chineses (1926). No Ano Santo de 1925, abriu no Vaticano uma Exposição Missionária Mundial e, no ano seguinte (1926), publicou uma Encíclica sobre as Missões, *Rerum Ecclesiae*, na qual reafirmava a importância dos objetivos missionários programados no início do seu pontificado.

A idéia de um Dia das Missões em esfera mundial nasceu no Círculo Missionário do Seminário Arquidiocesano de Sássari (Sardenha, Itália). De 14 a 16 de maio de 1925, o Círculo Missionário organizou um

tríduo missionário, com a participação do arcebispo, que suscitou muita animação. No ano seguinte, de 17 a 20 de março de 1926, repetiu-se a celebração. No final de março de 1926 realizou-se a Plenária do Conselho Superior Geral da Obra, já Pontifícia, da Propagação da Fé. Naquela ocasião, decidiu-se pedir oficialmente ao Papa Pio XI "a instituição em todo o mundo católico de um Dia de oração e de ofertas em prol da propagação da fé". Em 14 de abril de 1926, a Congregação dos Ritos comunicava que o Santo Padre havia concedido o pedido. Seria celebrado anualmente no penúltimo domingo do mês de outubro. O primeiro Dia Mundial das Missões foi celebrado em 1927.

Fundamento da Missão

A ação missionária é essencial para a comunidade cristã. Pelo Batismo, todo cristão é chamado a reunir-se em comunhão ao redor de Cristo e participar da sua Missão, com o testemunho de vida, o anúncio do Evangelho, a criação das Igrejas locais e o esforço para se inculturar, o diálogo inter-religioso, a formação das consciências para atuarem as orientações da doutrina social cristã, a proximidade aos últimos e o serviço concreto de assistência aos necessitados. A origem, o método e a finalidade da evangelização é o próprio mistério trinitário. A iniciativa de Deus antecipa, acompanha e leva a bom termo a ação missionária. Deus é o Protagonista.

Atualidade da Missão "ad gentes"

Reconhecendo a urgência da Missão, o Papa João Paulo II declarou a atualidade da Missão "ad gentes" (de primeiro anúncio) e sinalizou profeticamente os frutos: "Vejo o alvorecer de uma nova época missionária, que se tornará dia radiante e rico de frutos, se todos os cristãos, e especialmente os missionários e as Igrejas jovens, responderem com generosidade e santidade aos apelos e desafios do nosso tempo" (RMi 92).

Os fatos confirmam a verdade de que "a fé compartilhada revigora-se": "Multiplicaram-se as Igrejas locais que possuem bispos, clero e pessoal apostólico próprios. Constata-se uma inserção mais profunda das comunidades cristãs na vida dos povos. A comunhão entre

as Igrejas tem levado a um dinâmico intercâmbio de bens espirituais e de dons. A ação evangelizadora dos leigos está mudando a vida eclesial. As Igrejas particulares estão se abrindo ao encontro, ao diálogo e à colaboração com os membros de outras Igrejas cristãs e religiões. Sobretudo, afirma-se uma nova consciência: ou seja, de que a Missão diz respeito a todos os cristãos, a todas as dioceses e paróquias, às instituições e associações eclesiais" (RMI 2).

Da Missão da Igreja à cooperação missionária de todos os batizados

O envio da Igreja "ad gentes" (além-fronteiras, para o primeiro anúncio) supõe a colaboração de todos os cristãos: "Como o Pai me enviou, também eu vos envio" (Jo 20,21). "A participação das comunidades eclesiais e de cada um dos fiéis na realização deste projeto divino chama-se cooperação missionária. Para promover esta cooperação, a Congregação para a Evangelização dos Povos serve-se especialmente das Pontifícias Obras Missionárias".

A esse respeito, disse o Papa Paulo VI, na sua Mensagem para o Dia Mundial das Missões de 1972: "Há cinquenta anos da elevação a Pontifícias das Obras Missionárias, queremos testemunhar a elas o nosso muito especial afeto, nossa profunda gratidão pelos serviços prestados à Santa Sé e à Igreja inteira, e proclamá-las novamente como o principal instrumento da Santa Sé e do Episcopado no campo da cooperação missionária, porque, como disse o Concílio, 'constituem igualmente meios tanto para infundir nos católicos, desde a mais tenra idade, um espírito verdadeiramente universal e missionário, como para fomentar uma adequada coleta de subsídios em favor de todas as Missões e conforme as necessidades de cada uma' (Ad Gentes Divinitus, 38). No mais, a respeito destas Obras, a nós tão caras, já na nossa primeira mensagem para o Dia Mundial das Missões de 1963, dizíamos que 'embora não excluam outras iniciativas de ajuda para as Missões e para fins particulares, superam evidentemente todas as outras obras enquanto direta e mais completa expressão da solicitude do Supremo Pastor do rebanho de Deus para com todas as Igrejas'".

Organizando a Campanha Missionária

No Brasil, a Campanha Missionária pode ser mais generosa: muito já recebemos, podemos agora "dar de nossa pobreza" (Puebla, 368). Para isso é necessário organizar a campanha e fazer chegar a todos o apelo da solidariedade mundial.

Anualmente as Pontifícias Obras Missionárias enviam a todas as dioceses do Brasil vários subsídios: a Mensagem do Papa para o Dia Mundial das Missões; santinhos com a Oração Missionária anual; folhetos informativos e celebrativos para as Missas dominicais; cartaz de divulgação; livreto com Celebrações e envelope para a Coleta do Dia Mundial das Missões. Além disso são realizadas visitas e participação em encontros para difusão da campanha e organização da coleta (cf. CNBB, 8º Plano Bienal, Doc 34, Atividades Permanentes no 3c).

As Equipes de Campanhas (locais e diocesanas) deverão assumir também a organização e animação da Campanha Missionária anual, planejando e desenvolvendo as atividades de campanha, tais como as sugeridas na terceira parte deste manual.

Conclusão

O envio de Missionários "ad gentes" (além-fronteiras, para o primeiro anúncio) supõe a colaboração de todos os cristãos: "Como o Pai me enviou, também eu vos envio."

Na Campanha Missionária, o coração de todas as pessoas que contribuem alarga-se, para ser solidário com irmãos e irmãs de comunidades empobrecidas de regiões do nosso país e, especialmente, de outros países, vivendo, testemunhando e, sempre que possível, anunciando o amor de Jesus Cristo, com ações e palavras que os ajudem a libertar do sofrimento, da injustiça, da exploração, da opressão, à luz do Evangelho.

A Campanha Missionária é a ocasião especial para despertar a consciência de que a Missão faz parte da vida da Igreja, a qual "é, por sua natureza, missionária" (Ad Gentes, 2). É um dia para especial cooperação

pessoal para com a ação missionária da Igreja. Nas palavras do Papa João Paulo II, o Dia Mundial das Missões “ensina como contribuir: como oferta feita a Deus, na Celebração Eucarística, e por todas as Missões do mundo” (cf. Redemptoris Missio 81).

A coleta feita no Brasil, todo ano, no Dia Mundial das Missões, é destinada ao Fundo Mundial de Solidariedade Missionária. Com estes recursos são financiados projetos para a catequese, evangelização, formação de agentes de pastoral, construção de Igrejas, capelas, seminários, formação de seminaristas e religiosos/as. Boa parte da coleta feita no Brasil fica aqui mesmo, financiando cerca de 150 projetos anuais para as dioceses e paróquias, seminários e casas de formação. Nos últimos anos, graças ao crescimento da coleta e generosidade do nosso povo, os recursos financeiros do Dia Mundial das Missões celebrado no Brasil têm ajudado projetos nos seguintes países: Índia, Ruanda, Angola, Moçambique, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, República Democrática do Congo, Malavi, Etiópia, Indonésia, Timor Leste, Filipinas e Equador. Este é um sinal e gesto concreto de nossa solidariedade universal.

Contatos:

Pontifícias Obras Missionárias
SGAN 905 - Conjunto B - 70084-970 - Brasília-DF
Fone: (61) 3340-4494
E-mail: pom@pom.org.br - www.pom.org.br



3. CAMPANHA PARA A EVANGELIZAÇÃO

Esta campanha inicia no domingo de Cristo Rei e segue até o 3º domingo do Advento, associando a Encarnação do Verbo e o nascimento de Jesus com a missão permanente da Igreja que é evangelizar. Assim nos mostra que todos devem contribuir no sentido de que a Encarnação do Verbo deve fazer com que os valores que Jesus pregou no Evangelho se encarnem na vida das pessoas, mudem o seu modo de pensar e de viver e concretizem o Reino de Deus no meio dos homens (cf. EN 19).

Com a Campanha para a Evangelização todos os fiéis são chamados a adquirir uma consciência cada vez maior da sua participação na obra evangelizadora da Igreja como exigência da graça batismal e viabilizar esta participação, seja nas atividades da obra evangelizadora da sua comunidade eclesial, seja pela oração, seja pela sua oferta material que garante os recursos necessários para que a Igreja no Brasil possa realizar projetos evangelizadores.

Despertando o Compromisso com a Evangelização e a Sustentação das Pastorais

A Campanha para a Evangelização foi criada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil em 1998, sendo que a coleta nacional para a evangelização acontece no 3º domingo do Advento. O valor angariado pela coleta nacional para a evangelização constitui o Fundo para a Evangelização que é administrado pela Comissão para Assuntos

Financeiros da CNBB e é destinado a apoiar as estruturas da Igreja e a atividade evangelizadora a nível diocesano, regional e nacional.

O objetivo da campanha é despertar os leigos para o compromisso evangelizador e para a responsabilidade pela sustentação das atividades pastorais da Igreja no Brasil. A colaboração dos fiéis precisa repercutir em toda a Igreja, e é por isso que o resultado do gesto concreto de cada um será partilhado, solidariamente, entre os organismos nacionais da CNBB, os seus 17 regionais e as dioceses, visando à execução das atividades evangelizadoras, programadas nas Diretrizes Gerais da Ação Evangelizadora. Em um futuro próximo, pretende-se que esta campanha seja um instrumento de uma globalização solidária, com a Igreja no Brasil partilhando seus recursos com outras Igrejas mais necessitadas.

A Campanha para a Evangelização não se resume à coleta de recursos. A Evangelização precisa contar com a generosidade de muitos que, como as mulheres do Evangelho, ajudem com os bens que possuem e ofereçam a força do apoio fraterno que anima e renova. Trata-se de mobilizar a Solidariedade na Evangelização:

- ➡ Significa, primeiramente, dispor-se a ser evangelizado. Quem está em verdadeiro processo de Evangelização se torna evangelizador. A experiência do encontro vital com o Senhor modifica a vida da pessoa e impulsiona a anunciar a outros a feliz descoberta.
- ➡ Ser solidário na Evangelização é perceber as necessidades da própria comunidade e fazer algo por ela: dispor-se para um serviço concreto: animação litúrgica, catequese, promoção dos pobres, como também oferecer sua colaboração financeira - o dízimo - para a manutenção da infra-estrutura da própria comunidade.
- ➡ Ser solidário na Evangelização é cultivar a inquietação missionária de Jesus que não se deixou reter em Cafarnaum, dizendo que devia anunciar a boa nova do Reino para outras cidades, pois para isto fora enviado. Ou ter o impulso de Maria, que foi apressadamente à casa de sua prima Isabel para servi-la,

mas também, com toda certeza, para partilhar a alegre notícia do iminente nascimento do Messias esperado.

- ➔ Ser solidário na Evangelização é “ser universal”, ou seja, ser “uma pessoa que tem responsabilidade não só sobre si, mas sobre o mundo inteiro, pelas suas opções, suas atitudes, sua consciência e seus compromissos. Numa época de globalização como a nossa, não é mais possível pensarmos em termos paroquiais, regionais ou nacionais: são âmbitos pequenos demais. Se houver salvação, será uma salvação para a humanidade toda. Se houver paz, justiça, fraternidade, vida plena para todos, será em termos planetários, ou não será!”

Ao despertar a co-responsabilidade de todos na obra evangelizadora, a Igreja também conscientiza os cristãos sobre a necessidade e a responsabilidade na sustentação das atividades pastorais, conforme alguns de seus objetivos específicos:

- ➔ Ajudar a superar a mentalidade individualista e a visão subjetiva da religião por uma atitude solidária, voltada para o bem comum;
- ➔ Propor a vivência de uma fé, testemunhada em atitudes coerentes de conversão pessoal e de transformação social segundo as exigências evangélicas;
- ➔ Garantir que a Igreja tenha recursos para o trabalho da Evangelização seja nas regiões pobres, como a Amazônia e a periferia das grandes cidades, ou nas ações das pastorais e articulação das Comunidades Eclesiais de Base, e ajudar na manutenção da própria CNBB.

Promovendo a Solidariedade Nacional entre Comunidades Cristãs

A Campanha para a Evangelização significa a abertura de um caminho para canalizar a solidariedade de todos os católicos no sustento da missão da Igreja em nosso país. Com isso, segue o exemplo das primeiras comunidades, às quais Paulo recomendava que os que têm se

enriqueçam de boas obras, dêem com prodigalidade, repartam com os demais (cf. 2Cor 8 e 9).

Não será possível, por exemplo, todos saírem de sua comunidade e ir para a Amazônia, para a periferia das grandes cidades, para regiões de missão em outros países, mas todos podem colaborar de outras formas na Evangelização. Uma delas é a oferta na coleta da Evangelização no terceiro domingo do Advento. Como em toda oferta, não importa o tamanho da doação, mas a generosidade do coração. Por menor que seja, à semelhança do óbolo da viúva, testemunhará empenho com a obra da Evangelização e a capacidade da partilha solidária. A coleta será, assim, a colheita dos frutos amadurecidos no Advento para serem colocados em comum e a serviço da Evangelização.

Na Campanha para a Evangelização, a solidariedade se realiza no apoio coletivo aos trabalhos que mantêm viva e renovada a comunidade eclesial, tanto a local como a diocesana e a nacional. Cuida-se para que as comunidades cristãs sejam testemunhos vivos de Jesus e de seu Evangelho, de tal maneira que todos possam dizer: vejam como se amam! E possam acrescentar: vejam como amam o seu próximo! E, aproximando-se delas, possam descobrir como é bom viver segundo o projeto de Deus Amor para e com toda a humanidade!

Com esse espírito de solidariedade e testemunho, os recursos arrecadados por essa campanha são repartidos, seguindo critérios específicos, priorizando sempre as regiões mais carentes e as necessidades mais prementes nos diversos campos da evangelização.

Destinação das Coletas	Dioceses:	45% do total arrecadado
	Regionais da CNBB:	20% do total arrecadado
	CNBB Nacional:	35% do total arrecadado

Não se deve esquecer que a Campanha para a Evangelização com a sua coleta de recursos é também um compromisso da Igreja Católica no Brasil com a sua auto-sustentação. Até hoje, muitas pastorais, paróquias e dioceses dependem de recursos da Cooperação Internacional (contribuições de cristãos de outros países do mundo) para manutenção de suas atividades e estrutura. Espera-se que a coleta de recursos nacionais possa cada vez mais levar as comunidades a assumirem, com seus próprios recursos ou de outras comunidades irmãs, as suas atividades pastorais.

Organizando a Campanha para a Evangelização

Da mesma forma que as campanhas da Fraternidade e Missionária, a Campanha para a Evangelização precisa de organização, empenho e criatividade. Anualmente a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil prepara e envia a todas as dioceses e paróquias vários subsídios para animação da Campanha para a Evangelização, em sua maioria articuladas com as mensagens do Advento, sobretudo nas atividades do Natal em Família. Além disso, são preparados panfletos com mensagens específicas; folhetos informativos para as missas dominicais e envelope para a coleta realizada no terceiro domingo do Advento.

As Equipes de Campanha (locais e diocesanas) poderão assumir também a organização e animação da Campanha Anual para a Evangelização. Para isso, deverá mobilizar as paróquias, as pastorais e serviços da Igreja para planejar e desenvolver as atividades de Campanha, tais como as sugeridas na terceira parte deste manual.

Contatos:

SE/Sul - Quadra 801 - Conjunto B

70401-900 - Brasília-DF

Fone: (61) 2103-8312 - Fax: (61) 2103-8303

E-mail: cf@cnbb.org.br

4. CAMPANHAS EMERGENCIAIS

Quando ocorrem situações emergenciais, sejam regionais, nacionais ou internacionais, a Igreja no Brasil promove campanhas específicas, visando satisfazer as necessidades básicas das pessoas que são vítimas dessas situações e, ao mesmo tempo, formar a consciência dos fiéis em vista da solidariedade, tendo como fundamento teológico o Evangelho, principalmente a parábola do bom samaritano (cf. Lc 10, 25-37) e o Juízo Final (cf. Mt 25, 31-46).

Promovendo a Solidariedade nos Momentos de Maior Necessidade

A Igreja se faz presente de várias formas junto às populações que vivem em situação permanente de risco e abandono social. Mas ela também atua solidariamente nos momentos inesperados de catástrofes ou de emergências que atingem homens e mulheres, principalmente os mais pobres em todas as partes do mundo. São as vítimas de catástrofes naturais (enchentes, secas, terremotos etc.), as vítimas das guerras insanas que destroem milhares de vidas, os refugiados de regimes totalitários, as vítimas da fome que acomete populações inteiras em países excluídos do progresso mundial, entre outras situações.

Diante desses acontecimentos a Igreja também promove ou participa de campanhas locais, nacionais e internacionais de solidariedade ou de ajuda humanitária. Nesses momentos e situações, essas pessoas correm sérios riscos de vida e a ajuda tem que ser imediata, como base para as ações futuras de reabilitação e de promoção das pessoas e grupos para superar a situação de exclusão social.

O principal instrumento utilizado nesses momentos é a Campanha Pública de sensibilização e mobilização da solidariedade da população. Diferente das outras campanhas que são permanentes, essas não são previstas e exigem, portanto, maior capacidade de organização, criatividade e mobilidade no uso dos meios de comunicação direta com as pessoas. O apelo fundamental é o convite imediato para a ajuda humanitária.

Organizando as Campanhas Emergenciais de Solidariedade

No Brasil, as campanhas emergenciais de solidariedade promovidas pela Igreja, em âmbito nacional, têm sido convocadas pela Presidência da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e encaminhadas, em nível prático de execução, pela Cáritas Brasileira. As campanhas são direcionadas para as comunidades cristãs e para a sociedade em geral.

As Campanhas de Solidariedade, em nível internacional, são feitas com arrecadação de dinheiro, pois existem muitas dificuldades para transporte de alimentos e outras mercadorias, além do elevado custo. Além disso, o envio organizado de recursos possibilita a continuidade entre as ações emergenciais e as atividades intermediárias e de reabilitação da população vitimada, contribuindo para fortalecer suas organizações locais, para recuperação de moradias, reativação de postos de trabalho e geração de renda, de saúde e educação e criando estratégias de promoção de defesa diante de futuros acontecimentos.

Os principais instrumentos de campanha utilizados em âmbito nacional, são:

- ➡ Em geral, são produzidos folhetos ou comunicados da CNBB com as motivações da campanha, que são enviados para todas as Dioceses e Paróquias. Estas, por sua vez, estabelecem uma data para toda a Diocese organizar uma coleta ou viabilizar coletas paroquiais.
- ➡ Outro instrumento para as campanhas emergenciais é a divulgação de uma conta corrente nos Meios de Comunicação,

para depósito em dinheiro. Normalmente consegue-se uma divulgação mais intensiva nos meios de comunicação (TVs e Emissoras de Rádio) ligados à Igreja (fundações católicas, de movimentos e congregações religiosas), de finalidades culturais, as rádios comunitárias e, em alguns casos, consegue-se a inserção em outras emissoras privadas.

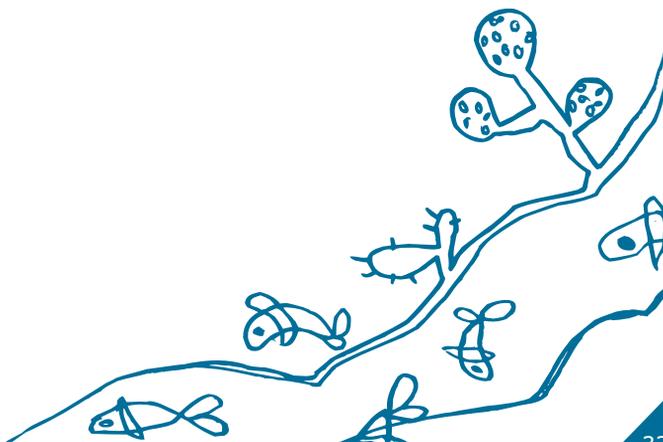
Para potencializar esses instrumentos de campanha faz-se necessária uma boa organização local (paroquial e diocesana). Nesse sentido, as Equipes Permanentes de Campanha podem colaborar significativamente. Algumas atividades podem e devem ser realizadas para mobilizar a solidariedade, tais como as que são propostas na terceira parte deste manual.

Contatos:

Cáritas Brasileira - SDS - Edifício Venâncio III - Sala 410
70393-902 - Brasília-DF

Fone: (61) 3214-5400 - Fax: (61) 3214-5004

E-mail: caritas@caritasbrasileira.org



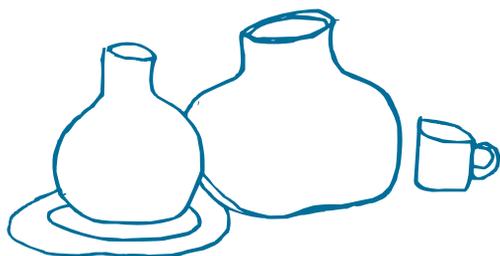


PARTE 02

FUNDAMENTOS BÍBLICO-TEOLÓGICOS DAS CAMPANHAS DE EVANGELIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO DA SOLIDARIEDADE

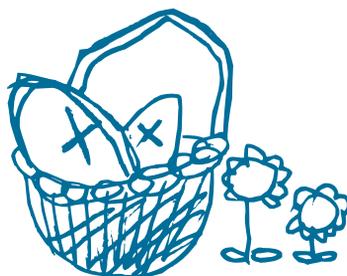
A questão do sustento do culto, das atividades religiosas e da responsabilidade social, assim como da responsabilidade comunitária na satisfação destas necessidades sempre estiveram presentes na história do povo de Israel e da Igreja.

Nas Sagradas Escrituras, no Antigo Testamento, encontramos diversos textos que recordam a necessidade de arrecadação de fundos e de solidariedade responsável:



OFERTAS

Geralmente doações com alguma finalidade específica, como a construção do santuário (cf. Ex 38, 24), como sacrifício (cf. Lv 1, 1-3), como primícias (cf. Lv 2, 1), como oblação (cf. Lv 2, 5), como expiação de algum pecado cometido (cf. Lv 4, 27-28), cumprimento de um voto (cf. Lv 6, 16), sacrifício de comunhão (cf. Lv 7, 28-32), ação de graças (cf. Lv 22, 29), como oferenda voluntária (Lv 23,28) e que poderão servir de alimento aos sacerdotes (cf. Lv 24, 9).



DÍZIMO

Uma espécie de imposto sagrado sobre tudo o que era produzido e que pertence ao Senhor como coisa sagrada (cf. Lv 27, 30; Dt 14,22); garantia o salário dos Levitas (cf. Nm 18, 20-21; Nm 35, 1-8) e a satisfação das suas necessidades (cf. Dt 14, 28-29. 26,12); sendo sagrado, não podia servir para nada que fosse profano (cf. Dt 26, 14; Nm 18, 25; Ag 2,13; Os 8,13).

As ofertas, na sua maioria, representam uma contribuição voluntária e sem uma frequência determinada, enquanto o dízimo representa uma obrigação e tinha uma periodicidade bem definida. Sendo assim, o sustento do culto, da instituição e das suas obras em geral é garantido pelo dízimo, enquanto que necessidades específicas podem ser supridas através de ofertas vindas também de contribuições para coletas em vista de finalidades bem determinadas.

No Novo Testamento, a prática de Jesus nos revela a importância da vida alicerçada na prática da solidariedade e do amor. A partilha dos bens era muito comum entre os primeiros cristãos.

Diante dos exageros e legalismos dos líderes religiosos de seu tempo, que muitas vezes se caracterizava como forma opressora visando interesses institucionais e pessoais de alguns, Jesus reage contra toda forma de legalismo, como meio de superação dos problemas. Podemos citar alguns exemplos:

- ➡ **A oração do fariseu e do publicano (Lc 18, 9-14)** - Quem cumpre a Lei se exalta e não é justificado, nem mesmo porque paga o dízimo.
- ➡ **A oferta da viúva (Lc 21, 1-4)** - O percentual não conta, mas sim a generosidade, principalmente a doação de tudo o que se tem.
- ➡ **O imposto do templo (Mt 17, 24-27)** - O imposto não implica em favor pessoal, mas de uma causa comum para todos.
- ➡ **A conversão de Zaqueu (Lc 19, 1-10)** - Necessidade da reparação de injustiças e de satisfazer as necessidades dos pobres.
- ➡ **Dai a César o que é de César (Lc 20, 20-26)** - As exigências da justiça diante da sociedade e do próprio Deus.
- ➡ **Se te pedires a túnica (Mt 5, 40)** - Ir além da justiça humana que exige que seja dado a cada um aquilo que lhe pertence.

- ➡ **A multiplicação dos pães (Jo 6, 1-15)** - A preocupação para que todos estejam saciados.
- ➡ **O bom samaritano (Lc 10, 25-37)** - A atenção ao sofrimento humano e a necessidade de respostas concretas e imediatas.
- ➡ **O Juízo Final (Mt 25, 31-46)** - Atender o próprio Jesus nos sofredores.
- ➡ **Não podeis servir a Deus e ao dinheiro (Mt 6, 19-24)** - A necessidade da construção de uma justa hierarquia de valores entre bens perenes e materiais.
- ➡ **Usar o dinheiro iníquo para vos receberem nas moradas eternas (Lc 16, 9)** - A necessidade de usar o dinheiro para a prática da caridade.

Poderíamos citar ainda muitos exemplos dos escritos nos Evangelhos, mas estes parecem suficientes para nos mostrar a postura de Jesus, ao destacar a necessidade de não fazermos dos bens materiais a finalidade da nossa vida, mas um meio para a construção do Reino de Deus, seja em relação à vida religiosa, simbolizada pelo templo, seja em relação à justiça e à caridade solidária.

Jesus e os apóstolos levavam vida muito simples, mas, no anúncio do Evangelho, havia necessidades bem concretas: transporte, alimentação, hospedagem, locais de reunião... Jesus tinha amigos generosos e aceitou a ajuda de muita gente, que oferecia seu barco para atravessar o lago, casa para acolhê-los, hospedagem e alimentação. Lemos no Evangelho de São Lucas que algumas pessoas do grupo de Jesus e dos discípulos "os ajudavam com seus bens" (Lc 8,3). Jesus e os apóstolos tinham sua "caixa comum" e Judas era quem devia administrá-la (cf. Jo 13, 28-29); São João observa que ele era ladrão e roubava o que nela se depositava (cf. Jo 12, 4-6). Jesus envia os 72 discípulos em missão dizendo que "o trabalhador é digno do seu salário" (Lc 10,7).

A primeira comunidade cristã, em Jerusalém, viveu uma experiência extraordinária de partilha de bens, que até hoje faz sonhar com aquilo que seria possível, se a comunidade humana tivesse a coragem de viver a solidariedade e a fraternidade : “Ninguém considerava suas as coisas que possuía, mas tudo entre eles era posto em comum. (...). Entre eles ninguém passava necessidades” (cf. At 4, 32.34). Mais adiante, os Atos dos Apóstolos registram mais uma vez: “aqueles que possuíam terras ou casas as vendiam, traziam o dinheiro e o depositavam aos pés dos apóstolos. Depois era distribuído conforme a necessidade de cada um” (At 4,34). Foram momentos de grande entusiasmo e generosidade e isso atraía a atenção das outras pessoas (cf. At 3,42-47; 4,32-37).

Não sabemos por quanto tempo durou esse ideal de vida comunitária e de partilha de bens. O fato é que o egoísmo e vários tipos de discriminação social não tardaram a se manifestar. Os “estrangeiros” queixaram-se que “suas viúvas eram deixadas de lado no atendimento diário” (At 6,1). Então os apóstolos instituíram os diáconos para cuidarem da atenção aos pobres e excluídos da comunidade (cf. At 6,1-6).

Quando a comunidade de Jerusalém, por várias circunstâncias, começou a sofrer necessidades, S. Paulo organizou uma grande campanha de doações nas comunidades fundadas por ele (cf. Rm 15,26), as quais bem poderiam ser chamadas “as primeiras campanhas da fraternidade”, ou primeiras “campanhas para a evangelização”. Ele mesmo deu instruções sobre a maneira de organizar a campanha e a quem confiar o fruto da coleta para que chegasse aos seus devidos destinatários (cf. 1Cor 8 e 9).

Interessante é observar que Paulo manda fazer a coleta no domingo: “Todo primeiro dia da semana cada um separe livremente o que tenha conseguido economizar” (1Cor 16,1-2). A recomendação revela que a coleta não era feita de maneira improvisada, nem significava pôr a mão no bolso de maneira irrefletida para “oferecer qualquer coisa”; devia ser um gesto bem consciente, realizado com aquilo que se punha “à parte” e se destinava para esse fim. Por outro lado, o fato de fazer a coleta “no primeiro dia da semana” aproximava-a da celebração da Eucaristia; o

encontro da comunidade com o Senhor ressuscitado era também a ocasião da partilha fraterna.

Paulo não deixa de recomendar generosidade nas doações, fazendo alusão a passagens da Escritura: "É bom lembrar: Quem semeia pouco, também colherá pouco; e quem semeia com largueza, colherá com largueza (cf. Pr 11,24). Que cada um dê conforme tiver decidido em seu coração, sem pesar nem constrangimento, pois Deus ama a quem dá com alegria (cf. 2Cor 9,7). Deus é poderoso para cumular-vos de toda sorte de graças, para que em tudo tenhais sempre o necessário e ainda tenhais de sobra para empregar em alguma boa obra" (2Cor 9,7).

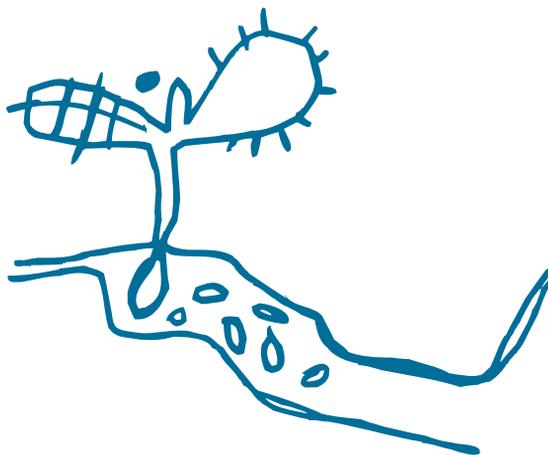
A partilha fraterna também deve ser sinal de gratidão a Deus e a quem realiza o serviço da evangelização: "Irmãos, pedimos que tenham consideração para com aqueles que se afadigam em dirigi-los no Senhor e admoestá-los" (1Ts 5,12). Quem anuncia o Evangelho comunica e partilha uma riqueza inestimável; por isso, o missionário torna-se também merecedor das atenções e da colaboração da parte de quem recebeu o Evangelho. "Aquele que recebe o ensinamento da Palavra torne quem ensina participante de todos os bens. Não vos iludais, de Deus não se zomba; o que alguém tiver semeado, é isso que vai colher. (...). Portanto, enquanto temos tempo, façamos o bem a todos, principalmente aos da família na fé" (Gl 6,6-10).

São Paulo não faz referência apenas à partilha generosa dos bens materiais, mas também recomenda a oração e todo o apoio ao evangelizador: "Irmãos, certamente vos lembrais dos nossos trabalhos e fadigas. Foi trabalhando noite e dia, para não sermos pesados a nenhum de vós, que proclamamos entre vós o Evangelho de Deus" (1Ts 2,9). A oração é uma maneira de associar-se ao trabalho do evangelizador: "Rezem por nós, irmãos, a fim de que a Palavra de Deus se espalhe rapidamente e seja bem recebida, como acontece entre vós" (2Ts 3,1).

O Novo Testamento é rico em passagens que mostram a preocupação de Jesus e dos Apóstolos com os pobres. De modo especial, Paulo recebe dos outros apóstolos a recomendação de se lembrar dos pobres, "o que tenho feito sempre com toda solicitude" (cf. Gl 2,10).

Estes poucos textos do Novo Testamento, portanto, mostram que a obra da evangelização e o trabalho da Igreja, desde o início, contaram com o apoio espiritual e material de todos os batizados. Motivados pela preciosidade da fé recebida e pela gratidão a Deus, todos os membros da Igreja são chamados a colaborar, de várias formas, para que o dom do Evangelho também chegue a outras pessoas.

Assim, temos os fundamentos necessários para que possamos entender a importância e o significado das campanhas e coletas realizadas pela Igreja, pois todas acontecem a partir da proposta de Jesus e com a finalidade de fazer acontecer na vida das pessoas os valores do Reino de Deus que Jesus pregou, seja em relação ao culto, à ação evangelizadora e à satisfação de todas as necessidades das pessoas pela caridade solidária.





PARTE 03

ORGANIZANDO E ANIMANDO AS CAMPANHAS

Nas ações de campanhas, a promoção da educação para a solidariedade é um aspecto fundamental. Não se trata apenas de arrecadação nem de promoção da legitimidade social de uma instituição. Os conteúdos, gestos e atos simbólicos são muito importantes para gerar novos valores em um mundo onde se propaga constantemente o individualismo. Por isso, a mobilização da solidariedade é uma forma de evangelização do mundo, de testemunho pela vivência da plenitude do amor, que tem origem no próprio Deus.

É fundamental organizar bem as campanhas que são promovidas pela Igreja. Inicialmente, é preciso compreender bem o que é uma campanha e suas dimensões fundamentais para planejar as estratégias de organização, coordenação e animação.



1. O QUE É UMA CAMPANHA

De modo geral, uma campanha é uma atividade realizada durante um determinado período com certa intensidade, concentrando esforços e recursos para sensibilização, informação e mobilização de uma grande parcela da população. Existem três dimensões principais em uma campanha:

- ➔ **DIMENSÃO EDUCATIVA** - A campanha promove a disseminação de uma questão ou temática de relevância, visando conscientizar um maior número de pessoas. Geralmente as campanhas têm um conteúdo ou tema que é organizado em "idéias fortes ou centrais" que são amplamente divulgadas utilizando as mais diversas linguagens e formas de expressão e comunicação: lemas, cartazes, textos, músicas, material de rádio e TV etc.
- ➔ **SENSIBILIZAÇÃO** - As campanhas são organizadas visando sensibilizar as pessoas para que passem a aderir ou fortaleçam a sua adesão a uma determinada causa. As formas de sensibilização variam de acordo com a campanha e com os meios de comunicação disponíveis. Em situações emergenciais, por exemplo, enfatiza-se a urgência da adesão e do gesto concreto apresentando as condições da população envolvida buscando despertar os sentimentos e valores humanitários. Em outros tipos de campanhas, as estratégias de sensibilização mudam, ou seja, o convencimento vai ocorrendo de modo processual.

➔ **MOBILIZAÇÃO** - As campanhas visam mobilizar uma grande quantidade de pessoas para participar, apoiar e contribuir com ações (agir, participar). A ação decorrente deve expressar, de forma organizada, a consciência sobre a importância de modificar uma dada realidade, a adesão a uma causa e a solidariedade com o próximo. A mobilização das pessoas tem que considerar tanto a dimensão pessoal ou subjetiva quanto a dimensão coletiva. Do ponto de vista subjetivo, a mobilização é expressa na mudança de comportamentos, atitudes e até de visões de mundo ou de consciência sobre determinado aspecto da realidade. A dimensão coletiva da mobilização implica na articulação e coordenação dos esforços das pessoas e de suas organizações para mudança na realidade social. O mesmo se aplica às campanhas de evangelização que buscam a mobilização na propagação do Evangelho a partir da conversão pessoal e do fortalecimento das pastorais e serviços da Igreja.



2. COMO ORGANIZAR UMA CAMPANHA

No planejamento e organização das atividades de campanha deve-se considerar tanto os três elementos constitutivos (conteúdo, sensibilização e mobilização) quanto os principais momentos ou fases de uma campanha de mobilização.

2.1 - Momento de Preparação

O sucesso de uma campanha de mobilização depende fundamentalmente do processo de planejamento do conteúdo, das estratégias de sensibilização e das formas de mobilização. O processo de preparação deve ser realizado com a necessária antecedência, possibilitando o aprofundamento da temática pela equipe responsável pela campanha, a elaboração e publicação dos materiais, a mobilização de recursos e apoio, a divulgação prévia do lançamento e a capacitação de outras equipes responsáveis pelas atividades da campanha. O planejamento poderá ser realizado considerando as três dimensões constitutivas de uma campanha:

- ➡ Na organização de uma campanha, o primeiro passo é definir e aprofundar a temática ou conteúdo que se pretende comunicar e as melhores formas de expressão para conquistar a atenção das pessoas.
- ➡ As estratégias de sensibilização devem ser planejadas considerando o período da atividade, a situação ou causa que dá

origem ou justifica a campanha e os meios disponíveis de comunicação.

- ➡ As estratégias de mobilização implicam na sugestão e definição de gestos concretos decorrentes da campanha, tais como: as coletas para arrecadação de doações e constituição de Fundos de Solidariedade; a criação ou fortalecimento de pastorais sociais e serviços; o apoio e participação em mobilizações sociais e em movimentos e organizações populares e comunitárias para o exercício do controle social e para a conquista de direitos; as ações diretas de ajuda a grupos em situação de risco etc.

2.2 - Momento de Lançamento

Um bom momento de lançamento pode marcar toda a campanha, influenciando ou não no seu êxito. Por isso deve ser tratado como um momento especial, onde são realizados esforços para divulgar esse momento e criar uma expectativa favorável na população. Algumas estratégias para esse momento, considerando as campanhas realizadas pela Igreja:

- ➡ Promoção de momentos celebrativos religiosos especiais, shows e outros eventos culturais com base na temática, contextualizando a campanha com o tempo litúrgico e utilizando o material produzido para a campanha.
- ➡ Disseminação da campanha nos meios de comunicação de massa e também nos meios comunitários (rádios e TVs comunitárias), promovendo entrevistas e reportagens sobre a campanha. O repasse de informações e documentários sobre a temática da campanha aos meios de comunicação deve ser contínuo.
- ➡ Distribuição massiva de material informativo (panfletos) da campanha em pedágios em vias públicas, em eventos ou locais com concentração de pessoas. Também podem ser organizados murais com noticiários nas igrejas, escolas e outros espaços da comunidade, além da colocação de faixas de divulgação.

2.3 - Desenvolvimento da Campanha

Para alcançar os objetivos desejados em uma campanha é preciso organização e perseverança. A equipe responsável deve estar atenta durante todo o período para aproveitar as oportunidades que venham a surgir, corrigir os rumos da campanha e, sobretudo, realizar, da melhor forma possível, as atividades programadas.

O segredo da campanha é a sua dinâmica. Não é possível alcançar os objetivos com uma campanha "morta", sem atividades criativas, sistemáticas e permanentes. Por isso, o período de realização da campanha pode ser curto, médio e de longo prazo, considerando a capacidade de manter a campanha em evidência ("a chama acesa"). O importante é planejar essas atividades, mobilizando apoios nas diversas instituições que possam dar suporte às mesmas, evitando sobrecarga da coordenação. Algumas estratégias para isso:

- ➡ A alimentação ou repasse constante de informações junto aos meios de comunicação (as sugestões dadas para o lançamento se aplicam ao período de desenvolvimento). O planejamento para repasse sistemático de informações evita que haja a desvalorização de material quando é repassado todo de uma única vez. Deve-se considerar que o repasse de informações atualizadas e locais (da proximidade) gera maior interesse nos meios de comunicação de massa.
- ➡ A divulgação ou apresentação de resultados da campanha realizada no ano anterior, quando for o caso, motiva as pessoas a participar e contribuir com as coletas e arrecadações. Esses comunicados devem enfatizar as mudanças provocadas com a(s) campanha(s) anterior(es) e a destinação de recursos doados. Lembrar que as pessoas ficam animadas e renovam a esperança quando sentem que vale a pena participar de uma mobilização ou organização para alcançar algo ou modificar uma realidade.
- ➡ Organização de atividades especiais relacionadas à campanha, tais como:
 - Realização de semana ou dia especial de mobilização nas comunidades com celebração, reflexão e vivência de gesto concreto;

- Promoção de gincanas para mobilizar a juventude;
 - Realização de eventos de debates e formativos nas instituições de ensino superior e junto com movimentos e organizações sociais relacionadas à temática da campanha etc.
 - Visitas às escolas e universidades, combinando ações com alunos, com professores, com pais, sugerindo horários de debate, seminários ou outras iniciativas. Pode-se sugerir que o tema da CF, por exemplo, seja assumido como eixo transversal do processo educativo do ano;
 - Organizando iniciativas de mobilização cultural da comunidade em torno da temática da campanha.
- ➡ Nas campanhas promovidas pela Igreja no Brasil, uma atividade fundamental é a inserção da campanha nas celebrações religiosas, como ocorre na Campanha da Fraternidade, durante o tempo litúrgico da Quaresma, e com a Campanha da Evangelização, durante o tempo litúrgico do Advento. No entanto, apesar das orientações e do material produzido e distribuído (cânticos, cartazes, reflexões para cada domingo etc.) é necessário um cuidado extra para que a campanha não se torne apenas um apêndice ou complemento nas celebrações e outras atividades religiosas. Para evitar isso, as equipes das campanhas devem estar bem articuladas com as equipes de liturgia.
- ➡ Outro instrumento que tem sido utilizado nas campanhas da Igreja são as “reuniões em família”, a exemplo do “Natal em Família” e da “Campanha da Fraternidade em Família”. Para isso são produzidos e distribuídos (ou vendidos) materiais específicos. No entanto, as equipes animadoras das campanhas nas paróquias e dioceses podem fortalecer e dinamizar essas atividades promovendo eventos de formação de lideranças comunitárias. As iniciativas formativas consolidam as mensagens da campanha e criam a possibilidade de ação de multiplicadores dos conteúdos e de mobilizadores sociais para alcance dos objetivos desejados.

Além disso, para dinamizar a Campanha Missionária no mês de outubro podem ser promovidas missões populares e formadas equipes missionárias nas paróquias e dioceses.

2.4 - Momento ou Período de Coleta

Conforme visto na primeira parte deste manual, todas as campanhas realizadas pela Igreja no Brasil têm um momento de coleta. Esses são momentos especiais dentro das possibilidades de gestos concretos como expressão da conversão e da adesão das pessoas às causas divulgadas ou defendidas na campanha. A Coleta da Solidariedade vinculada à Campanha da Fraternidade deve ser bem planejada para ocorrer no Domingo de Ramos. O mesmo vale para a Coleta Missionária que ocorre no penúltimo domingo de outubro, no Dia Mundial das Missões; e a Coleta para a Evangelização, no terceiro domingo do Advento. Para cada uma delas, deve-se pensar estratégias, tais como as que são sugeridas a seguir:

- ➡ Tendo presente a avaliação da coleta anterior, as equipes de campanha devem definir modos de agir que superem os limites e coloquem em prática as sugestões recebidas.
- ➡ Organização das atividades do dia da coleta, com celebrações litúrgicas e outras atividades artísticas e culturais que animem e sensibilizem as pessoas a participar e contribuir com a campanha através da doação de recursos. Essas atividades devem ser planejadas e divulgadas com antecedência, utilizando os instrumentos disponíveis e buscando espaços nos meios de comunicação.
- ➡ As atividades devem vincular a coleta com a campanha. Deve-se motivar a Coleta da Solidariedade considerando a mística e espiritualidade da Campanha da Fraternidade, ou seja, enfatizando o seu caráter quaresmal da abstinência e da partilha. O mesmo deve ocorrer com as demais campanhas promovidas pela Igreja, evitando-se a desvinculação entre a mensagem transmitida na campanha para sensibilização e mobilização das pessoas e o apelo

especial para contribuição com recursos nos momentos de coletas.

- ➡ Periodicamente durante a campanha, realizar prestação de contas das arrecadações locais, nacionais e internacionais, com relatos das ações realizadas, dando notícias da situação atual da população assistida e fazendo celebrações comunitárias de solidariedade.
- ➡ Distribuição massiva de folhetos informativos, de cartazes e de envelopes para doações durante pelo menos a semana imediatamente anterior à coleta. Além de divulgar o dia da coleta, os locais e as formas de contribuição, esses materiais informativos também devem conter a prestação de contas dos recursos coletados em anos anteriores, bem como a destinação prioritária dos recursos que serão coletados no atual período.
- ➡ Para as campanhas que têm fundos resultantes das coletas realizadas, é fundamental que os subsídios e outros materiais de divulgação da campanha e do fundo expressem essa integração.
- ➡ Ampliação do período da coleta e diversificação dos meios de contribuição. A Coleta da Solidariedade, por exemplo, pode ser incentivada durante todo o período da Quaresma, não ficando limitada ao Domingo de Ramos. O mesmo pode ocorrer com a Coleta das Missões, durante todo o mês missionário, e com a Coleta da Evangelização, durante o Advento. Além disso, é possível criar outras perspectivas e possibilidades para que as pessoas colaborem também em outros períodos, ampliando os espaços de coleta, indo além das paróquias, como: desconto em folha de serviço, criação do 0800, coletas nos colégios e universidades católicas, nas associações de empresários católicos etc.

2.5- Momento Pós-Campanha:

a continuidade da campanha no gesto concreto

A campanha pode ter um período delimitado ou mais intenso para realização das atividades de disseminação dos conteúdos, sensibilização e mobilização das pessoas. No entanto, do ponto de vista das ações desencadeadas as campanhas devem ter continuidade.

a) Criando e fortalecendo organizações sociais e pastorais

Algumas edições anuais da Campanha da Fraternidade resultam, por exemplo, na criação ou fortalecimento de pastorais e serviços na Igreja relacionadas às temáticas ou públicos da campanha. Um exemplo muito bonito ocorreu com a CF de 2004, que teve como tema a água. Como gesto concreto da CF, a CNBB e várias outras organizações da sociedade civil criaram a “Defensoria da Água” para acompanhar e monitorar as políticas públicas de recursos hídricos, promover eventos e outras ações de mobilização para garantir o direito à água. A Campanha Missionária tem continuidade através das equipes missionárias, dos períodos missionários etc. A manutenção de estruturas e a sustentação de atividades pastorais é uma forma de continuidade da Campanha para a Evangelização.

b) Criando e fortalecendo os Fundos de Solidariedade

Outra forma inovadora de continuidade dos gestos concretos da campanha é a constituição de Fundos de Solidariedade (nacional e diocesanos), tais como os que são vinculados à Campanha da Fraternidade. Esses fundos são constituídos com os recursos arrecadados durante as coletas. Embora possa ter finalidades diferentes, toda coleta realizada nas campanhas sempre tem como objetivo constituir um fundo, isto é, uma soma de doações.

Numa campanha, deve-se reconhecer que as pessoas raciocinam mais ou menos assim: “estou motivada a colaborar com os objetivos da campanha, mas tenho poucos recursos; não posso, então, implementar, sozinho, uma iniciativa concreta de solidariedade em favor de algum dos grupos apoiados por essas campanhas”. A coleta serve, então, para que, com o que cada pessoa pode doar com generosidade, seja constituído um fundo formado por muitos colaboradores. Dessa forma, os fundos ajudam a superar os limites pessoais, a tentação de individualismo, de auto-suficiência, e alimenta a solidariedade, que é uma qualidade da pessoa humana. É bom lembrar sempre que ser solidário é ser humano.

Com os recursos do fundo, as pessoas contribuintes poderão apoiar ações e iniciativas que exigem aplicação de maior quantidade de

recursos. Realiza-se, mais uma vez, o milagre da multiplicação dos pães: com a bênção do Deus conosco, e especialmente com os pobres, o pouco de cada um torna-se fonte de vida para milhares; e hoje, pode tornar-se fonte de vida para milhões, já que as iniciativas apoiadas podem levar à conquista de políticas públicas, isto é, ações de Estado que garantem direitos com alcance universal.

Esses fundos garantem o apoio a projetos e ações que representam o esforço de continuidade das campanhas para promover mudanças na realidade. Daí a importância do acompanhamento e disseminação dessas ações pós-campanha. Nas Dioceses, a organização dos Fundos Diocesanos de Solidariedade com as Comissões Diocesanas é um bom exemplo de como se deve agir. É evidente que esse exercício de transparência será, ao mesmo tempo, uma das melhores formas de atrair novos colaboradores para os fundos constituídos pelas campanhas.

A gestão destes recursos deve ser feita com fidelidade aos objetivos do fundo, sempre ligados aos conteúdos e motivações de cada campanha. E os doadores têm direito a uma transparência total, que se realiza por meio de prestação de contas e de relatórios das iniciativas apoiadas. Esse cuidado especial é necessário porque todo fundo é recurso público, porque é constituído por doações de todas as pessoas ou instituições e também porque tem destino público, ou seja, de apoiar as iniciativas anunciadas nos objetivos de cada campanha. Além disso, os Fundos das Coletas da Campanha da Fraternidade, da Campanha Missionária e da Evangelização são também expressões do amor a Deus por meio do amor aos irmãos e irmãs que são apoiados/as pelos Fundos de Campanhas.

2.6 - Avaliação e Sistematização da Campanha

Finalmente, tem-se muito a aprender com as campanhas. Por isso, deve-se realizar as avaliações sobre os seus vários momentos, detectando os avanços, dificuldades e desafios específicos e gerais. A avaliação subsidia as várias instâncias responsáveis pela organização das campanhas (nacional, regional, diocesano e local). Os resultados das avaliações devem ser sistematizados pelas Equipes de Animação das Campanhas para que possam servir de subsídio em momentos de planejamento de campanhas.

3. AS EQUIPES PERMANENTES DE CAMPANHAS

A proposta de criação de Equipes Permanentes de Campanhas surgiu a partir da avaliação de dificuldades quanto à descontinuidade das campanhas e a desvinculação entre os momentos de uma mesma campanha. Pode-se citar, como exemplo, o caso em que a equipe que coordena a CF é diferente da equipe que anima e coordena a Coleta da Solidariedade. Além disso, considerando as três campanhas anuais, cada uma com uma equipe diferente, tem-se dificuldade em sistematizar e partilhar os aprendizados para fortalecer essas atividades no que têm em comum. A proposta é formar Equipes Permanentes de Campanhas nas Paróquias e nas Dioceses para que possam articular as demais pastorais, serviços da Igreja, organizações sociais e outros setores da sociedade para envolvimento com as campanhas.

3.1 - O que é uma Equipe Permanente de Campanhas

É um coletivo formado por agentes pastorais e por outros colaboradores fixos ou eventuais (profissionais de áreas de comunicação ou de uma organização social interessada no sucesso de uma campanha) com a finalidade de organizar as campanhas anuais e emergenciais que são promovidas pela Igreja. A composição de cada equipe paroquial ou diocesana depende da realidade local e da disponibilidade dos agentes pastorais para um bom envolvimento. Vejamos alguns exemplos de composição:

- ➡ **Equipe paroquial permanente de campanhas:** Pode ser formada com a presença de representantes de comunidades de base e de pastorais e serviços existentes na paróquia. Dessa forma poderá animar e articular as campanhas junto com as equipes das comunidades e pastorais.
- ➡ **Equipe diocesana permanente de campanhas:** Pode ser formada com representantes das coordenações pastorais, das paróquias, das equipes de Cáritas e das pastorais sociais que atuam em âmbito diocesano. Sua missão é de animar e articular as ações das campanhas em toda a diocese.

Para criar e compor essas equipes é preciso abrir o diálogo sobre o assunto com a comunidade. As pessoas se motivam a colaborar e participar quando conhecem a proposta, compreendem, concordam com sua finalidade e se sentem seguras de que podem participar, colaborando para que o trabalho seja bem feito e produza frutos.

É fundamental, para isso, que nas paróquias, o presbítero (padre) e o conselho paroquial reconheçam e valorizem este serviço, organizando sua solidariedade com irmãos e irmãs. Deve-se proceder do mesmo modo, no âmbito diocesano. Também é fundamental que essas equipes e suas atividades sejam incorporadas no planejamento pastoral anual e no organograma das pastorais e serviços da Igreja.

3.2 - Atuação das Equipes Permanentes de Campanhas

Como visto anteriormente, o sucesso de uma campanha depende do processo de planejamento e da animação e coordenação durante o desenvolvimento das suas várias etapas ou momentos. São essas as principais atividades das Equipes Permanentes de Campanhas. Aqui não trataremos mais das atividades específicas relacionadas a cada momento de campanha. No entanto, faz-se necessário aprofundar o sentido e significado de algumas dessas atividades das Equipes Permanentes de Campanhas.

a) Educando para a Solidariedade

O trabalho mais importante das equipes paroquiais e diocesanas responsáveis pela organização das campanhas é a educação para a prática da solidariedade. Não se trata apenas de motivar para ações individuais, por mais importantes que sejam. A solidariedade é uma ação em conjunto, é agir solidamente.

A educação para a solidariedade requer momentos específicos de reflexão das comunidades sobre os significados, conteúdos e implicações da caridade cristã. Isso porque, durante muito tempo ela foi reduzida a ações individuais, em geral assistencialistas, materializadas em doações que servem mais para descarga de consciência do que para colaborar para que as pessoas superem a situação em que se encontram. Não foi isso que fez o Samaritano, exemplo de amor ao próximo, que é caminho para se amar a Deus e ter a vida eterna, segundo Jesus. Ele se preocupou com a pessoa, fez tudo que pôde para que ela se restabelecesse e retomasse sua vida com autonomia. O amor-caridade é a relação com o próximo seguindo o exemplo de Jesus, que deu sua vida pelas pessoas que amava; é amar movido por Deus, querendo o que Ele deseja para as pessoas que amamos. Por isso, a partir de Jesus, e com ele, toda prática de amor deve ser libertadora das pessoas amadas.

Se há o desejo que as pessoas participem mais ativamente das campanhas e que contribuam mais generosamente para a constituição de Fundos de Solidariedade, faz-se necessário um processo educativo para a caridade libertadora ou sociotransformadora, ou seja, para a prática de amar em conjunto, coletivamente, solidariamente. Decorre daí a necessidade da formação e acompanhamento permanente, para que as pessoas cresçam em todas as dimensões da vida humana e cristã, renovando as motivações e aprofundando a mística que sustenta seu trabalho em favor dos irmãos e irmãs. Para isso, valem, e muito, as motivações, as iniciativas mobilizadoras da solidariedade. Mas valem mais ainda as práticas de organização dos esforços pessoais e comunitários (a continuidade e valorização dos gestos concretos), bem como a boa gestão das doações feitas pelas pessoas.

b) Promovendo Coletas como Vivências da Solidariedade Transformadora

A sensibilização das pessoas visa a mudança de atitudes, comportamentos, a adesão e participação em processos de transformação de uma realidade que nega o desejo de Deus para com a humanidade. Toda campanha deve resultar em gestos concretos. O momento de coleta de recursos é uma das formas de gesto concreto, facilitando a forma de contribuição direta com causas comuns e a consciência da partilha dos bens. Por isso, o momento de coleta tem que ser também um momento de mobilização comunitária, de educação e vivência da solidariedade. Sem que esses significados sejam trabalhados, a coleta resume-se a mera arrecadação de recursos, caindo no cotidiano das pessoas que praticam esse ato constantemente nas celebrações religiosas.

Recuperar o devido significado das coletas é, portanto, um dos desafios das Equipes Permanentes de Campanhas. Para isso, os seus membros precisam ter clareza em relação aos objetivos e à gestão das doações de cada coleta. Isso é possível tendo presente o texto-base de cada campanha, ligando, em todas as ações, o seu conteúdo com a motivação para as doações na coleta. Essa convicção e conhecimentos devem ser expressos para a comunidade durante toda a campanha, preparando o momento da coleta como vivência da solidariedade comunitária. Além disso, deve-se compreender que as pessoas terão mais disposição de participar e de doar se tiverem confiança em relação à boa gestão e aplicação dos recursos.

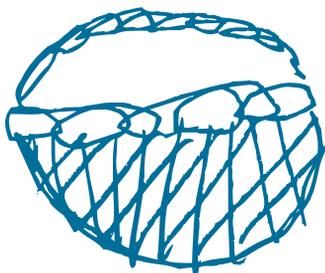
Por isso, a constante e adequada informação sobre as iniciativas apoiadas e a prestação de contas são práticas indispensáveis para que as pessoas sejam mais generosas, aumentem suas contribuições. É preciso apresentar aos que já são colaboradores, bem como aos novos que se espera motivar a entrar, as notícias, os frutos da aplicação do fundo e a prestação de contas dos recursos aplicados. Aliás, as relações de confiança são fundamentais para que os colaboradores espalhem as boas notícias, animando outras pessoas a entrarem na corrente de solidariedade.

c) Participando da Gestão dos Fundos de Solidariedade

Onde for adequado, pode caber também às Equipes Permanentes de Campanhas, a participação na tarefa de organização e de gestão dos recursos que compõem os Fundos de Solidariedade constituídos com os recursos arrecadados durante as campanhas.

Nas três campanhas nacionais promovidas pela Igreja no Brasil, duas delas geram fundos diocesanos: a Campanha da Fraternidade e a Campanha para a Evangelização. No caso da CF, 60% dos recursos da coleta em cada (Arqui)diocese, constituem o Fundo Diocesano de Solidariedade (FDS). Para organizar esse fundo, incentiva-se a criação de Comissões Diocesanas do FDS, garantindo sua aplicação em favor de iniciativas que concretizem os objetos da Campanha da Fraternidade de cada ano, a publicação dos resultados e da prestação de contas.

As Equipes Permanentes de Campanhas nas dioceses devem estar plenamente articuladas e integradas com as ações das Comissões dos FDS. Sua missão deve ser ampliar as contribuições durante o período de coleta nas campanhas para fortalecer os fundos e, conseqüentemente, ampliar as iniciativas apoiadas como expressões e testemunhos de solidariedade. Ou seja, é preciso reconhecer que a melhor estratégia para ampliar os Fundos de Solidariedade é o cuidado que se deve ter com a qualidade das campanhas. E isso é tarefa da Equipe Permanente de Campanha. Daí a necessidade da unidade de ação entre essas equipes, as pastorais e serviços e as comissões responsáveis pelos Fundos Diocesanos.



ANEXO

Os Bispos do Brasil, reunidos na 43ª Assembléia Geral da CNBB, em Itaici, de 9 a 17 de agosto de 2005, discutiram e aprovaram as seguintes orientações, em vista das Campanhas, promovidas em âmbito geral por organizações ligadas à Igreja Católica, para arrecadar contribuições.

ORIENTAÇÕES DA CNBB SOBRE CONTRIBUIÇÕES DOS FIÉIS PARA INSTITUIÇÕES E INICIATIVAS ECLESIASTICAS

I. INTRODUÇÃO

A Igreja Católica pode possuir bens temporais para a consecução dos fins que lhe são próprios, a saber: ordenar o culto divino, prover à honesta sustentação do clero e dos demais ministros, exercer obras de evangelização e de caridade, especialmente em favor dos necessitados (cf. cân. 222 e cân. 1254).

A legislação do Código de Direito Canônico sobre os bens temporais deu uma concreta aplicação às orientações conciliares, inserindo os bens temporais no contexto da 'comunhão eclesial' e da 'missão religiosa', imprimindo nos recursos necessários às atividades da Igreja e à sua organização e desenvolvimento, um autêntico espírito de pobreza e caridade evangélica (cf. cân. 1254 a 1310).

Os ministros ordenados e todos os evangelizadores sejam formados para uma vida simples, fomentando a partilha e comunhão de bens dentro da própria Igreja e na sociedade, com transparência e testemunho de pobreza evangélica.

“Os fiéis têm a obrigação de prover às necessidades da Igreja, de forma que ela possa dispor do necessário para o culto divino, para as obras de apostolado e da caridade, e para a honesta sustentação dos seus ministros” (cân. 222, §1, cân. 1261).

Os fiéis cumprem esta sua obrigação através do dízimo, das coletas, das ofertas espontâneas (doações), das ofertas por ocasião dos serviços pastorais e das doações solicitadas (campanhas).

II. OFERTA DO DÍZIMO

Na linha pastoral da comunhão e participação, as comunidades eclesiais, paróquias e dioceses, seguindo o exemplo das primeiras comunidades (cf. At 4,32-37), são convidadas a se manterem pela prática da partilha dos bens.

O dízimo deve ser compreendido como partilha, fruto da generosidade, colocado a serviço da própria comunidade eclesial local. É diferenciado de outras ofertas ou coletas.

Muitas dioceses, impulsionadas pelo texto de reflexões sobre a Pastoral do Dízimo, publicado pela CNBB em 1975 (Estudos da CNBB, nº 8), válido ainda hoje, vêm tentando institucionalizar a oferta do dízimo, como um modo de partilha, com fundamentos bíblicos (cf. Gn 14,20; Hb 7,2.5.9; Lc 18,12 e Mal 3,6-12) e teológicos, como gesto de fé e gratidão a Deus, retribuindo-se a Ele uma parte do que dele recebeu, repartindo com a Igreja e os irmãos os frutos do próprio trabalho.

III. COLETAS

A Igreja tem o direito originário de receber dos fiéis o que é necessário para seus fins próprios (cf. cân. 1260).

Cabe à Província Eclesiástica estabelecer normas sobre a modalidade da contribuição dos fiéis para socorrer às necessidades da Igreja (cf. cân. 1262).

Para prover às necessidades do seminário, além do pedido de doações referido no cân. 1266, o Bispo diocesano pode estabelecer uma taxa na diocese (cf. cân. 264 §1). Estão sujeitas a esse tributo todas as pessoas jurídicas eclesiais, mesmo privadas, que tenham sede na diocese (cân. 264 §2).

“O Bispo diocesano, após ouvir o conselho econômico e o conselho presbiteral, tem o direito de estabelecer às pessoas jurídicas públicas sujeitas a seu regime um tributo moderado, proporcionado às rendas de cada uma, em favor das necessidades da diocese; às outras pessoas

físicas e jurídicas ele somente pode estabelecer uma contribuição extraordinária e moderada, em caso de grave necessidade e sob as mesmas condições, salvas as leis e costumes particulares que lhe confirmam maiores direitos” (cân. 1263).

Em todas as Igrejas e oratórios, mesmo pertencentes a Institutos Religiosos, abertos habitualmente aos fiéis, o Ordinário local pode ordenar alguma coleta especial para determinadas iniciativas paroquiais, diocesanas, nacionais ou universais, a ser enviada solicitadamente à cúria diocesana” (cân. 1266).

São obrigatórias as seguintes coletas para as necessidades universais da Igreja: Lugares Santos (Sexta-feira Santa), Óbolo de São Pedro (domingo entre 28 de junho e 4 de julho) e Missões (penúltimo domingo de outubro).

A CNBB também estabeleceu como obrigatórias, em todo o Brasil, as coletas nacionais: da Campanha para a Evangelização e da Campanha da Fraternidade.

IV. OFERTAS E DOAÇÕES ESPONTÂNEAS

As doações revelam solidariedade do doador e manifestam sua generosidade. Doar é um ato livre.

Os fiéis têm a liberdade de contribuir com seus bens temporais em favor da Igreja (cf. cân. 1261, §1). O Bispo diocesano tem o dever de advertir os fiéis sobre a obrigação referida no cân. 222, §1, e de urgir, de modo oportuno, o cumprimento desse dever (cf. cân. 1261, §2).

Se não constar explicitamente o contrário, as ofertas feitas aos superiores ou administradores de qualquer pessoa jurídica eclesiástica, mesmo privada, presumem-se feitas à própria pessoa jurídica. Tais ofertas não podem ser recusadas, a não ser por justa causa (cf. cân. 1267).

As ofertas espontâneas feitas pelos fiéis para determinado fim só podem ser destinadas para esse fim (cf. cân. 1267, §3).

V. OFERTAS POR OCASIÃO DOS SERVIÇOS PASTORAIS

Salvo determinação contrária do Direito, compete aos Bispos da Província Eclesiástica

- a. estabelecer as taxas a serem aprovadas pela própria Sé Apostólica para os atos do poder executivo gracioso, ou para a execução dos rescritos da Sé Apostólica;
- b. determinar as ofertas por ocasião da administração dos sacramentos e sacramentais.

Embora o Direito fale da possibilidade de taxas, privilegie-se a Pastoral do Dízimo ou partilha, fomentando-se a participação responsável dos fiéis (cf. Legislação Complementar da CNBB ao cân. 1262).

VI. OFERTAS SOLICITADAS (CAMPANHAS) EM ÂMBITO DIOCESANO

Para as campanhas ou coletas em âmbito diocesano, feitas por pessoa privada, física ou jurídica, é necessária a licença escrita do Ordinário próprio e do Ordinário do lugar, quer a oferta se destine para o benefício de qualquer Instituto ou fim pios, ou eclesialístico, (cf. cân. 1265 §1).

As pessoas jurídicas públicas, como a paróquia, não necessitam de tal licença para realizar campanhas no âmbito da sua competência. Fica a salvo o direito de pedir esmola, que pertence aos religiosos mendicantes (cf. cân. 1265 §1).

VII. OFERTAS SOLICITADAS (CAMPANHAS) EM ÂMBITO NACIONAL

Em atenção aos cânones 1262 e 1265 § 2º a CNBB apresenta as seguintes orientações:

- a.** seja mencionado e fique claro que as doações espontâneas ou solicitadas para fins gerais, não dispensam o fiel da obrigação de contribuir prioritariamente com o dízimo e outras doações para com sua própria comunidade local, paroquial e diocesana, à qual pertence;
- b.** os fiéis sejam alertados e conscientizados sobre a prioridade das ofertas para prover às necessidades universais da Igreja e da CNBB (Campanha da Fraternidade, Lugares Santos, Óbolo de São Pedro, Missões, Campanha para a Evangelização) e das coletas ou taxas determinadas pelo Ordinário diocesano;
- C.** as instituições eclesiais, mesmo com título e estatuto de sociedade civil, bem como os meios de comunicação social, ligados à Igreja Católica, que promovem campanhas para ofertas solicitadas, em âmbito nacional, ajudem com afinco a promoção das coletas e campanhas estabelecidas pela Sé Apostólica e a CNBB.

EDIÇÕES CNBB

SE/Sul - Quadra 801 - Conjunto "B"
CEP: 70401-900 - Brasília-DF
Fone: (61) 2103-8383 - Fax: (61) 3322-3130
E-mail: edicoescnbb@cnbb.org.br
www.edicoescnbb.com.br