

Nos queda tanto por hacer.

La Conferencia Episcopal Española (CEE) ha presentado una **campana publicitaria**, que busca dar a conocer la razón de ser principal de la Iglesia (su misión evangelizadora) de la que se deriva una ingente labor social, educativa, asistencial, etc., que repercute en beneficio de la sociedad. Asimismo, la campaña informa también de las **líneas básicas del acuerdo de financiación** alcanzado entre el Estado y la Santa Sede en diciembre de 2006, por el que se elimina la dotación directa del Estado a la Iglesia, se aumenta la asignación del IRPF del 0,5 al 0,7 por ciento y se elimina la exención del IVA.



Esta campaña, que se plantea **con vocación de continuidad en el tiempo**, incluye algunas de las acciones del plan de Comunicación dirigido a garantizar el sostenimiento económico de la Iglesia Católica en el futuro. Ha sido dirigida por el Secretariado para el Sostenimiento de la Iglesia, de la CEE, cuyo obispo responsable es Mons. D. Antonio Algora Hernando, obispo de Ciudad Real y cuyo director es Juan José Beltrán Yagüe. Les ha asesorado en su trabajo una Comisión compuesta por Mons. D. Juan del Río Martín, obispo de Asidonia-Jerez y Presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación, Mons. D. Jesús Catalá Ibáñez, obispo de Alcalá de Henares y Presidente de la Comisión Episcopal de Pastoral, el P.

Juan Antonio Martínez Camino, Secretario General de la CEE, Fernando Giménez Barriocanal, Vicesecretario para Asuntos Económicos de la CEE, José María Gil Tamayo, Director del Secretariado de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, e Isidro Catela Marcos, Director de la Oficina de Información de la CEE.

La empresa seleccionada, por concurso, para desarrollar el Plan de Comunicación ha sido Advise una consultora especializada en marketing, publicidad y comunicación, fundada en 2004. Su presidente y socio fundador, Guillermo Navarro Marqués, ha sido, entre otros cargos, Presidente de Ad Hoc Young & Rubicam, Supervisor de Cuentas de McCann Erickson y ha trabajado para empresas como la Asociación Española Contra el Cáncer, Antena 3 TV, Comunidad de Madrid, Repsol YPF, Telefónica Móviles, General Motors, etc.

En la creatividad y realización técnica de la campaña han trabajado conjuntamente, Stefano Palombi, creativo publicitario italiano de gran prestigio y experiencia en el sector, que ha trabajado en campañas similares para la Conferencia Episcopal Italiana, y el creativo español – ex director creativo ejecutivo de Young & Rubicam -, Arturo López.

La campaña muestra cómo la Iglesia Católica forma parte de la vida cotidiana de nuestro país

La primera fase de la campaña, que se llevará a cabo durante un mes (del 6 de noviembre al 7 de diciembre) se desarrollará en televisión, prensa e internet. Por un lado, durante la primera semana (del 6 al 10 de noviembre) se pasarán por televisión infocomerciales de 60 segundos, elaborados en un tono documental e informativo, para explicar la novedad del acuerdo entre el Estado y la Santa Sede. Durante las semanas siguientes aparecerán inserciones publicitarias en suplementos de prensa e internet, así como spots en televisión, realizados en un tono publicitario y basados en la fuerza del testimonio de casos reales (sacerdotes, religiosos, religiosas y seglares), que desarrollan la misión de la Iglesia en diferentes ámbitos de la sociedad.

La campaña muestra cómo la Iglesia Católica forma parte de la vida cotidiana de nuestro país: está presente en los acontecimientos más importantes de la vida de las personas; sus miembros son personas que entregan su vida a los demás: sacerdotes y agentes de pastoral, que están al servicio de la comunidad cristiana, desempeñando una labor discreta y muchas veces ignorada, pero que resulta decisiva para el bien común de la sociedad; y tiene repartidos por el mundo a miles de misioneros que predicán el Evangelio de Jesucristo y que, desde la experiencia del Amor de Dios, están al lado del prójimo, de manera particular de los más necesitados. Esta labor se desarrolla gracias al trabajo de obispos, religiosos, religiosas y seglares que a diario llevan a cabo su actividad, entre otros muchos lugares, en más de 23.000 parroquias; cerca de 850 monasterios de clausura; numerosas órdenes y congregaciones, más de 200 hospitales y ambulatorios; 300 guarderías, 900 orfanatos y más de 1600 centros de acogida y de reinserción familiar y social.

Conferencia Episcopal Española - RD
