

Cáritas lanza una nueva campaña para movilizar apoyo económico a sus proyectos de cooperación internacional

Tiene como lema “Hay que estar cerca para verlo todo”

Bajo el lema “[Hay que estar cerca para verlo todo](#)”, Cáritas Española lanza una ambiciosa campaña de carácter anual para movilizar el apoyo económico privado a los proyectos de cooperación internacional que actualmente



desarrolla en más de 60 países de todo el mundo.

Después de una década en la que la sociedad española ha volcado de manera muy generosa su solidaridad hacia las situaciones de exclusión generadas por la crisis en España, Cáritas quiere responder ahora al reto de reavivar el interés de la ciudadanía y de los colaboradores privados en las situaciones de urgente precariedad que existen en muchas regiones del mundo.

Reforzar la estabilidad financiera

Con ese objetivo, esta campaña busca reforzar la estabilidad financiera de los proyectos de cooperación internacional de Cáritas Española, gracias a los que se acompaña actualmente a más de 1.565.000 personas empobrecidas en todo el mundo.

Son las historias de vida de estas personas las que van a centrar los mensajes de la campaña y que, en este primer año, pondrá el foco en la realidad de tres realidades concretas: Brasil, Etiopía y Tailandia. De manera muy sugerente, los mensajes propuestos por la campaña juegan con los estereotipos al uso con los que solemos relacionar cada uno de estos países (el carnaval, el café o el turismo de playas paradisíacas) y las

condiciones de injusticia social a las que Cáritas da respuesta en esos territorios.

La campaña cuenta con [microsite](#) en el que, junto a los datos sobre los programas de cooperación internacional que Cáritas apoya en esos países, nuestros cooperantes y colaboradores en el terreno —**Vitoria Garofalo** en Tailandia, **Riccardo Rabita** en Etiopía y **Lucero Guillén** en la Amazonía— aportan su relato personal sobre la realidad diaria de las comunidades con las que están trabajando.

Además, este sitio *online* permite hacer aportaciones económicas a los proyectos de cooperación de Cáritas y comprometerse, de forma concreta, con las estrategias de lucha contra la pobreza que, en colaboración con las Cáritas locales, se llevan a cabo en las comunidades más vulnerables.

30 millones de euros en 60 países

La confederación Cáritas Española destinó el último año casi 30 millones de euros al capítulo de cooperación internacional, que han permitido financiar una amplia cartera de proyectos en más de 60 países de



África, Asia, América Latina, Oceanía y Europa del Este.

Estas acciones de desarrollo permiten ofrecer respuestas concretas y rápidas a problemas tan urgentes para las comunidades del Sur como son, entre otros, la respuesta humanitaria a las emergencias, la seguridad alimentaria a través de programas de producción agropecuaria y de nutrición, la lucha contra los efectos del cambio climático (proyectos de acceso al agua potable, el combate contra la desertización, la prevención de desastres naturales), el empoderamiento de las mujeres mediante programas de crédito y ahorro, la formación laboral, el acceso a la salud y a la educación, la construcción de viviendas, la acogida a migrantes y

desplazados en origen y tránsito, o el apoyo a la mediación y la construcción de la paz en zonas en conflicto.

Ampliar el número de donantes

Es primordial garantizar la sostenibilidad económica de toda esta actividad. De ahí que el objetivo prioritario de la campaña “**Hay que estar cerca para verlo todo**” sea el de ampliar el número de donantes y colaboradores privados de Cáritas que estén dispuestos a activar su compromiso solidario con la mejora de las condiciones de vida, la dignidad y los derechos de las personas de los países del Sur.

Para ello, y a fin de acceder a nuevos públicos y a un perfil de donante más joven, la difusión de la campaña va a realizarse, prioritariamente, a través de las redes sociales con soportes más ágiles y directos de comunicación digital.

Cáritas, que está cerca en toda la geografía nacional de las situaciones de mayor precariedad y exclusión, donde acompaña las necesidades de las personas más vulnerables, quiere hacer visible con esta campaña que también está cerca de esos millones de personas que fuera de nuestras fronteras necesitan nuestra cercanía y mucha de nuestra solidaridad. Porque para estar cerca de verdad hay que verlo todo.