

Este proyecto se apoya en antecedentes desarrollados en el contexto latinoamericano. Su objetivo es la formación de agentes de evangelización: religiosos, religiosas, docentes, educadoras y educadores que desempeñen alguna actividad vinculada a la Iglesia. Tras reconocer fortalezas y debilidades relacionadas con este tipo de formación, y luego de una revisión de los estudios y modalidades pedagógicas existentes, esta propuesta busca superar dichas debilidades y adecuar los contenidos a los requerimientos de la actual coyuntura social.

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN PARA LA EVANGELIZACIÓN

Presentación

El Curso de Especialización en Comunicación para la Evangelización tiene como antecedentes en el contexto latinoamericano el Curso de Comunicación para la Pastoral, ofrecido durante nueve años por cuatro universidades de la región, con alrededor de 900 personas beneficiadas, los documentos de la Iglesia, en especial Aetatis Novae y las conclusiones de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano (Santo Domingo, 1992), los documentos generados en torno a la Pastoral de la Comunicación y las experiencias y materiales generadas por distintas organizaciones relacionadas con el quehacer de la Iglesia en los países latinoamericanos.

Esta nueva propuesta para el curso se fundamenta también en las numerosas reuniones de evaluación del curso anterior, realizadas por CELAM-DECOS y representantes de las universidades involucradas, en la evaluación de esos estudios llevada a cabo durante 1997 y en las sugerencias de las propias universidades para revisar los respectivos planes.

En marzo de 1998 se realizó en Bogotá una reunión convocada por CELAM-DECOS, a fin de analizar los alcances de la formación a través del curso y de proponer alternativas para los próximos años. Participaron miembros del DECOS, representantes de universidades y especialistas en comunicación. De ese encuentro surgió la propuesta de elaboración de un Programa Latinoamericano de Formación en Comunicación para la Evangelización, dentro del cual ocuparía un lugar importante el nuevo curso.

Sobre la base de todos esos antecedentes, y tomando en cuenta el contexto latinoamericano, se presenta este proyecto de Curso de Especialización en Comunicación para la Evangelización, dirigido a la formación de agentes de evangelización: religiosos, religiosas, docentes de universidades católicas y comunicadoras y educadores que se desempeñen en organizaciones y otras instancias vinculadas a la Iglesia. La Especialización significa un nivel de estudios de postgrado, por lo que será requisito de ingreso el tener título de grado o bien antecedentes que permitan reconocer una experiencia y una capacitación equivalentes al mismo. El curso se organizará sobre la base de la modalidad de estudios a distancia, a fin de favorecer la participación de mayor cantidad de personas y los procesos de autoaprendizaje.

Fundamentación

A casi 40 años de impulso a la apertura de escuelas y facultades de comunicación en los países latinoamericanos, se ha avanzado mucho en la reflexión y en la producción de materiales teórico, metodológicos y de orientación de la práctica. Los aportes ofrecidos en distintos puntos de la región corresponden a un importante movimiento que involucra a más de 300 establecimientos universitarios y a miles de docentes y estudiantes.

No obstante, quedan todavía muchos problemas que solucionar, que en general se corresponden con lo que sucede en las instituciones universitarias de las cuales esos estudios dependen:

- Falta de claridad en el perfil del egresado.
- Poco conocimiento de las características de los ingresantes.
- Escasa comunicación entre los miembros de una carrera.
- Poca formación de los docentes en pedagogía universitaria.
- Poco desarrollo de métodos que permitan el protagonismo del estudiante en su aprendizaje.
- Formas de enseñanza pobres en comunicación.
- Poca práctica de la expresión en docentes y en estudiantes.

Muchas universidades no estaban preparadas para variar sus viejos modos de enseñar cuando comenzaron a surgir esos estudios. Si la tendencia en muchos establecimientos es a una despreocupación por lo pedagógico, ello no tendrá por qué no repetirse en las carreras de comunicación. Además, existe una falta de comunicación al interior de muchas universidades, entendida como la relación dentro de una carrera, entre carreras, entre disciplinas, entre facultades.

Esta tendencia general puede estar presente, y de hecho así ocurre en muchos casos, en la carrera de comunicación. Las quejas de falta de vinculación con el medio, de poca relación con otros saberes que podrían enriquecer a los estudiantes, no es un problema sólo de esas escuelas y facultades sino también de las instituciones en que están insertas.

Como la institución tiene un poder instituyente, no es fácil pedirle a un educador que supere el modelo pedagógico dominante en su casa de estudios, por lo que se puede repetir en cada docente el esquema general, aún cuando esto no corresponde a una relación causa-efecto. Un educador en la comunicación debiera ser muy diferente ya que en esa especialidad corresponde enseñar y aprender comunicacionalmente. Pero se trata de un educador de determinada universidad, con todo el peso de lo que en ella sucede. Por eso no es cuestión de pedir cambios, sino de evaluar las condiciones institucionales que facilitarán o frustrarán esos cambios.

Es preciso entender cada carrera como un proyecto pedagógico caracterizado por una coherencia en los modos de enseñar y de aprender, de evaluar y de

construir una capacidad de comunicación, entendida ella en sus aspectos teóricos, metodológicos y prácticos.

Necesidades y demandas de formación

A pesar de las críticas formuladas, con lo caminado en América Latina en experiencias, propuestas teóricas, investigaciones y publicaciones sobre distintos temas que hacen a este campo, se está en condiciones de aportar a espacios de demanda como los siguientes:

- Diagnosticar situaciones de comunicación institucional interna.
- Diagnosticar situaciones de comunicación externa.
- Diseñar estrategias diferenciadas de comunicación según los distintos interlocutores.
- Diseñar y trabajar en planes de medios, sean masivos o de bajo costo.
- apoyar la creación de redes intra y extrainstitucionales.
- Producir mensajes educativos considerando lo pedagógico, utilizando recursos de análisis y con capacidad de lograr una buena forma.
- Validar materiales con un instrumental adecuado a lo educativo.
- Apoyar con recursos comunicacionales la labor grupal.
- Realizar tareas de seguimiento.
- Acompañar los procesos con sistemas de recuperación de la memoria de los mismos.
- Investigar en comunicación.
- Gestionar comunicación en el Estado, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, empresas y medios

Si se considera el conjunto de la enseñanza y de la producción intelectual de América Latina en comunicación social, es posible reconocer la existencia de experiencias educativas y de materiales teórico metodológicos útiles para la práctica, valiosos como para aportar a la satisfacción de esas demandas. No obstante, aparecen siempre líneas nuevas, como la de la gestión de la comunicación, que requieren de investigaciones y de marcos teóricos y metodológicos para cubrirlas.

Los comunicadores con vocación social y de pastoral

El punto de partida es el concepto de institución. La Iglesia aparece como la institución madre en relación con la tarea de evangelizar. Y a ella se suman otras instancias institucionales, como universidades católicas, colegios, organizaciones del tercer sector, movimientos de jóvenes, etc.

La comunicación institucional con intención educativa ha tenido un amplio desarrollo en América Latina. Sin embargo, hay todavía muchos problemas que solucionar. Se presentan a continuación algunos puntos que dificultan la labor educativa:

1. *El protagonismo institucional.* Presencia del modelo clásico que acentúa el papel del emisor en el proceso, con una posible legitimación de la emisión privilegiada; división de la sociedad en emisores y receptores, con instancias llamadas a cumplir el primer papel sin que nadie interfiera en ellas.
2. *La reducción de lo comunicacional a medios.* Muchas organizaciones se preocupan sólo por el conocimiento de los medios más adecuados para llegar a la población, por la mejor manera de diseñar una campaña, por los mayores impactos para lograr un cambio de conductas.
3. *El reconocimiento del papel de lo comunicacional en el trabajo con el público a transformar, sin mayor referencia a las dificultades de la comunicación interna de la propia organización y de la comunicación interinstitucional.* En este sentido puede afirmarse que, en términos comunicacionales, lo más cercano es lo más lejano. Se viven a menudo problemas muy grandes de coordinación y relación, pero no se les reconocen sus características comunicacionales.
4. *La especialización del trabajo comunicacional.* Los puntos anteriores llevan necesariamente a concebir lo comunicacional como labor de unos pocos especialistas. Como se trata sólo de elaborar mensajes y manejar medios, a algunos diseñadores, ilustradores o redactores les corresponde la responsabilidad por estos temas. En no pocas organizaciones es clarísima esa división entre quienes saben de comunicación en ese sentido y la mayoría que no sabe.
5. *El privilegiamiento de la fuente emisora lleva a una confianza excesiva en el poder de los mensajes para cambiar conductas o para transferir tecnologías.* La educación como intercambio de experiencias, como construcción de conocimientos, como rescate de la cultura y de las soluciones generadas por la misma, corre el riesgo de pasar a segundo plano con ese enfoque.
6. *La preeminencia del modelo clásico lleva a un pobre conocimiento de las características de los destinatarios.* En general se confunde dicho

conocimiento con alguna información sobre medios de uso más frecuente y mensajes preferidos.

7. La consecuencia final es que lo comunicacional puede estar ligado a un modelo de impactos, con poca relación con lo cultural.

Esos problemas suelen aparecer en parroquias e incluso en diócesis, cuando se considera que sólo basta el mensaje desde el púlpito y se cierra el espacio a la participación de los fieles. De todas maneras, esas carencias no pueden atribuirse a todos, ni tampoco servir para enjuiciar en trabajo que vienen realizando tantas instituciones en nuestros países.

- Centro de comunicación Javier, México
- Centro Voces Nuestras, San José de Costa Rica
- CEPALC, Bogotá
- CEDAL, Bogotá
- Instituto de Comunicación de la UCA, San Salvador
- ARPAS, San Salvador
- UDECA, República Dominicana
- Centro Puente, República Dominicana
- CNR, Lima
- ERBOL, La Paz
- Diakonia, Santa Cruz
- Centro de Comunicación J. Wallparimachi, Cochabamba
- SEPAC, San Pablo
- ARCA, Santiago de Chile
- Radio Chilena
- CCE La Cruz, Buenos Aires
- Instituto Superior de Comunicación (salesianos), Buenos Aires
- INCUPO, Reconquista
- PROA, Lima
- ALER, Quito
- Servicio Conjunto de Comunicación, Quito

Se aprecia también en América Latina un cierto desentendimiento de las universidades con respecto a las demandas de formación de estos grupos con vocación social y de Iglesia. Esto incluye a las universidades católicas, aunque es preciso reconocer que es en muchas de ellas donde se generan propuestas para llegar a esos sectores.

La Pastoral de la Comunicación

La comunicación social, pensada desde la enseñanza y desde el aprendizaje, desde las relaciones interpersonales, institucionales y sociales en general, es de una gran complejidad. Cuando se intenta avanzar en algún tipo de formación, se abre una gran cantidad de líneas y a menudo resulta imposible, en el tiempo de

los estudios de grado o en sistemas a distancia, cursos y talleres, abarcar tanta variedad de temas y de posibilidades para la práctica.

El itinerario hacia la Pastoral de la comunicación ha estado jalonado por toda una serie de documentos de la Iglesia y por experiencias de comunicación, materiales y propuestas de formación que se han mantenido de manera constante a lo largo de décadas en América Latina. Sin duda el germen y eje fue y sigue siendo la labor que se realiza a través de los templos en todos los rincones de la región. La tarea desde el púlpito y de las formas de encuentro generadas con motivo de catequesis, bautismos y otras ceremonias, constituyen un núcleo precioso de comunicación.

Pero, en tiempos como los actuales ello no es suficiente como para cubrir todo lo que implica el universo comunicacional relacionado con la labor de la Iglesia. Esto puede apreciarse en un itinerario con relación a las maneras de comunicar:

- La comunicación centrada en el sacerdote.
- La comunicación centrada en el área de influencia del templo.
- La comunicación centrada en grupos ligados a la Iglesia.
- La comunicación centrada en las interacciones grupales de fieles.
- La comunicación centrada en materiales impresos.
- La comunicación centrada en el medio radio.
- La comunicación centrada en la prensa.
- La comunicación centrada en el cine, el video y la televisión.
- La comunicación centrada en la acción de instituciones y organizaciones.
- La comunicación centrada en las tecnologías.

Todo esto con una enorme variedad de entrecruzamientos y con la aclaración de que ninguno de esos caminos ha desaparecido desplazado por otros.

Fue ese itinerario de la Iglesia y de las experiencias latinoamericanas el que convirtió a la Pastoral de la comunicación en un punto de llegada para la reflexión y la acción.

En el documento de monseñor Juan Luis Ysern "Pastoral de la comunicación. ¿Qué significa? ¿Qué abarca? ¿Cómo realizarla?" se ofrece una propuesta en el apartado titulado "Extensión de la Pastoral de la Comunicación", tomando en consideración cuatro perspectivas:

1. Labor atendiendo a la comunicación misma:

- la comunicación al interior de la Iglesia
- la comunicación hacia fuera: diálogo con la sociedad

2. Labor según la perspectiva de la Iglesia:

Para procurar que la acción comunicativa sea lo mejor posible habrá que prestar una triple atención a:

- el contenido
- el medio
- las condiciones del comunicador y del receptor

3. Labor con relación a los comunicadores.

Cuatro campos:

- el de las cualidades del comunicador
- el de la percepción crítica y activa
- el de la actitud evangelizadora
- el aspecto formativo y educativo

4. Labor de estudio:

- referente a los principios
- referente a los comportamientos
- investigación
- elaboración de políticas

El cuadro muestra un vasto campo de alternativas y de trabajo, sobre todo por las consecuencias del mismo para la formación de comunicadores en todos los frentes, por lo menos para leer situaciones de comunicación, planificar y producir, tanto al interior de organizaciones como a través de los grandes medios y en las relaciones directas con la sociedad.

Esto lleva a otro punto fundamental: el de los destinatarios de la acción de comunicación.

¿A quiénes capacitar?

La Pastoral de la comunicación busca abarcar a todos aquellos seres comprometidos con la evangelización. Esto abre un universo de destinatarios por demás amplio:

- instituciones de la Iglesia
- sacerdotes y religiosas
- docentes de universidades católicas
- docentes y estudiantes de comunicación en universidades católicas
- fieles comprometidos con la evangelización
- comunicadores en instituciones de Iglesia
- comunicadores en medios dedicados a la evangelización
- educadores populares dedicados a la evangelización

Sin duda hay diferencias de formación muy grandes en todo ese universo, como una y otra vez lo han mostrado los cursos del CELAM, cuando aquéllas se evidenciaban entre distintos participantes.

Se carece de un perfil de formación comunicacional de cada uno de esos sectores, aunque a muchos de ellos es posible aplicarles los puntos indicados anteriormente (preeminencia del modelo clásico de comunicación, confianza en el poder de los medios...) y a la vez reconocer también que con ellos pueden vivirse y generarse riquísimos procesos de aprendizaje e interaprendizaje.

Un programa para América Latina

El alcance de la Pastoral de la Comunicación se liga de manera fundamental con la necesidad de formación en comunicación para la evangelización. En la reunión realizada por el CELAM en marzo de 1998 fueron planteadas algunas líneas generales de un posible Programa Latinoamericano de Formación en Comunicación para la Evangelización:

- ⇒ Articulación de propuestas e instancias de formación.
- ⇒ Conformación de una red entre esas propuestas e instancias.
- ⇒ Acuerdos mínimos sobre una perspectiva pedagógica.
- ⇒ Acuerdos mínimos sobre la concepción de la comunicación para la evangelización.
- ⇒ Construcción, desde las distintas instancias, de un movimiento de formación a escala latinoamericana.
- ⇒ Promoción, entre las distintas instancias participantes, de un diagnóstico permanente de necesidades de formación en comunicación de los agentes de evangelización.
- ⇒ Promoción de un reconocimiento de diferentes estrategias discursivas para llegar a los distintos agentes de evangelización.
- ⇒ Impulso a iniciativas de investigación para enriquecer los recursos de formación.
- ⇒ Impulso del aprovechamiento para la formación de los desarrollos tecnológicos en información y en comunicación.

Estas aspiraciones tienen como eje los esfuerzos que realizan instituciones de iglesia y universitarias, organizaciones no gubernamentales y otras instancias comprometidas con la evangelización. Se trata de lograr una coordinación de los esfuerzos a fin de ofrecer alternativas de formación de acuerdo con las necesidades y demandas de diferentes grupos.

El curso de formación en comunicación para la pastoral

Durante nueve años se ofreció en cuatro universidades de la región el Curso de Comunicación para la Pastoral, con promociones de alrededor de 25 personas en cada una, lo que hace una cifra de alrededor de 900 estudiantes.

La evaluación llevada a cabo durante 1997 y 1998 ha permitido reconocer fortalezas y debilidades de esa oferta de formación y ha llevado al reconocimiento de la necesidad de una revisión de los estudios y de las modalidades pedagógicas, a fin de ofrecer una propuesta superadora y de adecuar los estudios a los requerimientos de la actual coyuntura social.

Los problemas encontrados fueron:

- Dispar formación de los participantes.
- Dificultades de los cursantes para aplicar lo aprendido en sus respectivos lugares de trabajo.
- Excesivo abanico de temas en lo que se refiere al marco conceptual en comunicación y en conocimiento del Evangelio.
- Falta de tiempo para dedicar la atención a la problemática latinoamericana y a las culturas representadas en el curso.
- Escaso desarrollo del capítulo de planificación de la comunicación.
- Exceso de información en los talleres y exceso de temas, cuando se busca que los alumnos pasen por todas las alternativas: impresos, radiales y televisivos.
- Escasa presencia de la capacitación en nuevas tecnologías de la información.
- Escasa comunicación entre los docentes.
- Presencia de clases expositivas y pérdida de oportunidades para convertir el aprendizaje en una experiencia de comunicación.
- Falta de acumulación de lo vivido de un curso a otro, falta de una memoria viva de los mismos.
- Escasa irradiación de los cursos al resto de la universidad y a la sociedad en general.
- Falta de materiales producidos para los cursantes (ya sean textos para la reflexión o materiales audiovisuales).

Esos puntos no invalidan el trabajo realizado por las universidades. Se trata de superar etapas y para ello avanzar a una propuesta que permita a más gente apropiarse de conocimientos y de formas de enfrentar y resolver lo

comunicacional en contextos e instituciones de distintos puntos de América Latina.

Este documento recoge propuestas de las universidades y aspectos del curso que continúan resultando valiosos.

Uno de los puntos en que se ha enfatizado para la nueva propuesta es en el de la educación a distancia.

Educación a distancia.

El Curso se realizó desde un comienzo de manera presencial, con un ritmo intenso a lo largo de cuatro meses. A lo que se apunta ahora es a abrirlo a más aspirantes, mediante una modalidad a distancia.

Esta modalidad ofrece ventajas como:

- masividad espacial
- menor costo por estudiante
- población escolar diversificada
- individualización del aprendizaje
- cantidad sin desmedro de la calidad
- autodisciplina de estudio.

En principio, la EAD no tiene limitaciones geográficas. Pueden acceder al nuevo sistema tanto las personas que viven en los grandes centros urbanos como en las áreas rurales más apartadas. El costo por alumno sigue siendo menos alto en esta modalidad que en el sistema tradicional.

La EAD permite la individualización en lo que respecta al ritmo personal de aprendizaje. Con la EAD se pueden satisfacer las demandas de la cantidad sin afectar la calidad. Permite diversificar los requerimientos de estudio, cubriendo situaciones múltiples y cambiantes, con la consiguiente flexibilidad de los materiales que pueden adaptarse a circunstancias individuales y a las necesidades educativas y culturales de las más variadas instituciones y organizaciones.

En un momento histórico como el de este fin de siglo, con la consolidación de las tecnologías de la información, la educación a distancia y el autoaprendizaje aparecen como alternativas incluso a sistemas tradicionales de educación no formal.

La educación a distancia pasa siempre por un recurso tecnológico (desde un folleto o un texto hasta los caminos del hipertexto y los hipermedias), pero no por eso deja de hacerlo por los caminos de la relación educativa, basados en un educador (que puede estar ahora oculto tras el material o la tecnología y que puede asomar a la manera de un asesor pedagógico) y en un sujeto de aprendizaje, en el juego de instancias de aprendizaje: con la institución, con el

educador, con el grupo, con los medios y materiales, con el contexto y consigo mismo.

Es necesaria una adecuada mediación pedagógica de los materiales para educación a distancia, sin la cual los resultados del proceso pueden no ser los esperados, por más recursos tecnológicos que se pongan en juego. Mediación pedagógica en:

- la asesoría
- los materiales
- las prácticas de aprendizaje.

Esos tres elementos constituyen una clave central de cualquier proyecto educativo a distancia, además de la adecuada distribución de los materiales, de la creación de redes, de los espacios virtuales a través de los cuales se abren alternativas de comunicación y de interaprendizaje; de la validación, entre otras posibilidades.

Propuestas de las universidades

Las universidades que dictaron el Curso estuvieron de acuerdo con una modalidad a distancia.

La Pontificia Universidad Javeriana en su documento "Propuesta de implementación del sistema de educación a distancia en el curso de Comunicación para la Pastoral" plantea que se hace necesario pensar la educación a distancia a partir de cuatro factores: el alumno, los contextos, el tiempo y la concepción del saber. Con relación al primero, son mencionadas cuatro teorías: de la autonomía e independencia (toma en cuenta el aprendizaje en los adultos con referencia a sus propios contextos), de la interacción y de la comunicación (método de conversación guiada que implica una buena conversación orientada hacia el aprendizaje), del aprendizaje cooperativo (enfatisa el trabajo grupal de cooperación, mediante el cual los estudiantes pueden llegar a un mejor dominio del material educativo) y de la industrialización (aplica algunos métodos del trabajo industrial en favor de una cobertura amplia de educación para las grandes poblaciones con bajos costos).

El factor contexto significa que el estudiante se mueve en su propio ámbito social y cultural, con lo que puede generar un entorno cultural significativo, con las posibilidades de aporte a las necesidades regionales de su disciplina. De esta manera se optimizará el trabajo al servicio de la Iglesia y de las sociedades a las que los estudiantes pertenecen.

El tercer factor implica en la educación a distancia un cambio de paradigma temporal que permite reconocer que cada individuo aprende conceptos y destrezas de manera y en tiempos diferentes a las otras personas. Esta mayor libertad permite prever influencia por parte del estudiante en sus decisiones de aprendizaje.

El cuarto factor, la concepción del saber, lleva a las siguientes reflexiones fundamentales: saber democrático, en el sentido de que la educación a distancia abre el acceso a la educación a numerosas personas que de otra forma no podrán lograrlo, además del desarrollo de la pluralidad, el respeto por la opinión del otro, la búsqueda de consenso y la participación. Saber contextualizado en la medida en que la educación a distancia, al superar el problema de las distancias y las dificultades de acceso a ciertas regiones, por sus condiciones geográficas, contribuye a evitar la exclusión de sectores marginados, respetando la autonomía cultural.

Otro elemento aportado por el documento de la Javeriana es el de red. La propuesta incluye la red organizacional, la red curricular, la red mediacional y la red de asesoría pedagógica.

Resulta cada vez más difícil moverse en el mundo de la educación fuera de las redes posibilitadas por un lado por las tecnologías de la información y de la comunicación y por otro por una dinámica social que se orienta a la cooperación y el intercambio.

Por su parte, la Universidad do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS, está de acuerdo con la educación a distancia porque la modalidad, entre otras razones, ofrece mejores condiciones para la formación académica en cursos de este tipo, permite la utilización de recursos informáticos, permite una identificación más realista y una selección más coherente (perfil) del candidato, posibilita una mejor calificación media y un mejor nivelamiento de los participantes, es seguramente menos onerosa, disminuye o evita el "cansancio" y los naturales roces entre los alumnos que se vienen presentando año a año.

Nuevas tecnologías

La educación a distancia nació ligada a los medios impresos y todavía tiene fuerte dependencia de ellos. Con el tiempo se fueron añadiendo otras alternativas comunicacionales, como los audiocasetes, la articulación con programas radiales, el video, el uso de programas televisivos. Y los mecanismos de consulta fueron al comienzo la correspondencia y el teléfono.

El salto cualitativo de los últimos años está dado por las nuevas tecnologías de la información, comenzando por el fax, pero sobre todo por las posibilidades abiertas por las redes informáticas y las computadoras personales.

Una propuesta de educación a distancia lleva siempre implícita la intención de brindar oportunidades de aprendizaje a amplios sectores de la población, sea a través de una formación profesional o bien mediante ofertas destinadas a llenar necesidades de educación formal, por ejemplo la primaria o la secundaria a distancia y, en fin, cursos de todo tipo hasta cuestiones puntuales dentro de la educación abierta.

Esa primera característica aparece como fundamental si se toma en cuenta el universo de personas vinculadas a la comunicación para la Pastoral. Desde el

ángulo de mira de un Programa, habría que pensar en ofertas curriculares y en materiales estructurados de tal manera que posibiliten el autoaprendizaje a distintos grupos o individuos.

El autoaprendizaje independiente de las instituciones es una cuestión básica para ampliar el ámbito de la capacitación en cuestiones generales de comunicación y en modos de producir.

Marco axiológico

Comunicar en favor de la evangelización constituye en primer lugar una opción por un tipo de comunicación que pone como centro de su reflexión y de su acción al otro, como persona, con su libertad y sus incertidumbres, sus búsquedas y sus certezas, sus anhelos y sus desilusiones. El otro no como un medio para consumir o para adoptar una ideología, sino como un fin en sí mismo, como alguien creado para lograrse en una existencia única e irrepetible.

La relación de comunicación evangelizadora no se resuelve en golpes de efecto y en ejercicios de seducción y persuasión, sino en una relación pedagógica y en un acompañamiento.

Se retoma un texto presentado en la última asamblea de organizaciones de comunicación de Iglesia, realizada en marzo en Santa Cruz, Bolivia:

"Inmersos en un universo comunicacional como nunca lo hubo, avasallados por todo tipo de materiales contruidos sobre la base de un repertorio de recursos al que difícilmente podremos aspirar, demasiado pegados todavía a los viejos medios de comunicación sin ni siquiera, en muchos casos, haberles sacado toda su fuerza comunicacional, ¿qué nos queda por delante para la tarea de llegar al otro desde el Evangelio?

Nos corresponde reflexionar sobre el sentido último de la anunciación de la Palabra, de la Buena Nueva; se trata de una anunciación educativa. El Evangelio es inequívoco: id y enseñad a todos. La prédica a las otras naciones, a las otras culturas, debía ser, y debe ser, una prédica pedagógica: con obras y con palabras. No se dijo: id a informar, id a seducir, id a convencer, id a subyugar, id a forzar, id a colonizar, id a imponer... No. Id y enseñad a todos, sobre la base de la comprensión de la doctrina y del conocimiento de las otras culturas.

Una palabra que parte de lo cercano para llegar a lo más universal, que pide comprensión y conductas, y no sólo enterarse, exponerse a un mensaje. Palabra pedagógica, palabra ligada a la fe y al aprendizaje de la fe.

La mejor manera de ocupar un espacio en este universo comunicacional es comprometiéndose a fondo con la naturaleza pedagógica de la Palabra. Pero dentro de una pedagogía aligerada de dogmas y de las pesadas cadenas de la certeza proclamada a todos los vientos, una pedagogía del

encuentro, del apoyo mutuo, de la mesa y el corazón compartidos, de la historia común, del anhelo de un futuro distinto, porque la Palabra nació disconforme y no están estos tiempos para conformismos." ("Continuidad de la Palabra en tiempos de la cultura mediática", D. P. C.).

Comunicación comprometida con una labor educativa y, por lo tanto, con la fe y el aprendizaje de quienes necesitan acercarse a la Palabra. Una comunicación basada en valores como el respeto por la diferencia y por las diferentes maneras de aprender, el respeto por la cultura y por la historia y la memoria personal de cada uno, el respeto por las diversas maneras de expresar y comunicar la propia fe. Y basada también en valores como el interaprendizaje, la solidaridad, la capacidad de escandalizarse ante una realidad escandalosa, la justicia y el amor.

Marco conceptual

Los saberes que se requieren para comunicar para la evangelización pueden abrirse al infinito, en la medida en que se va ampliando cada vez más la producción cultural y de conocimientos. Se plantean a continuación cuestiones básicas para fundamentar un curso de comunicación para la pastoral.

El primer paso es el del conocimiento de lo que significa comunicar. No es posible llamarse comunicador sin haberse apropiado de los elementos mínimos y básicos de un proceso de comunicación, de su historia, de lo que significa en las relaciones humanas, de las diferentes formas de mediación, de las maneras de comunicar según se trate de una venta de productos o de una experiencia de enseñanza aprendizaje, de las actuales corrientes y tendencias de la comunicación en América Latina, de los medios de comunicación y de la incidencia de las nuevas tecnologías de la información.

El segundo paso corresponde a la pastoral de la comunicación. Mencionamos ya la reflexión de monseñor Ysern, con relación a los ámbitos de la pastoral:

- Labor atendiendo a la comunicación misma.
- Labor según la perspectiva de la Iglesia.
- Labor con relación a los comunicadores.
- Labor de estudio.

La comunicación se cumple desde los esfuerzos de evangelización, en un marco pastoral. Y esto significa centrarse en la cultura a comunicar y la cultura a la cual comunicar. La primera corresponde a la Palabra y a todo lo desarrollado sobre la base de ella por la Iglesia. La segunda al conocimiento del otro desde el punto de vista de la fe.

"Por eso los discípulos, esos hombres de pueblo, recibirán para predicar la capacidad de comprender las escrituras y el don de lenguas. No podemos traducir esto último sólo como la destreza para hablar varios idiomas. El don de lenguas es el don de hablar otras culturas, de comunicarse con ellas. Lo que reciben los discípulos es la virtud del Maestro de ser culto en las escrituras y en las culturas a las cuales se dirigía." (D. P. C., citado).

El tercer paso consiste en situarse en los tiempos. No es posible evangelizar en el vacío, como si no hubiera historia y como si no se vivieran en cada escenario social todo tipo de condicionamientos y de búsquedas de alternativas para la existencia individual y colectiva. Se trata de situarse en esos escenarios y en conocerlos en sus fundamentos culturales y sociales. Y se trata de hacerlo de cara al futuro, porque nunca como hoy pesó tanto el mañana en las diarias relaciones humanas.

El cuarto paso corresponde al quehacer comunicacional en el plano de las instituciones y sus relaciones. Hablamos de la institución Iglesia, en primer lugar, pero también en otras formas organizativas que dependen o interaccionan con ella: parroquias, colegios, organizaciones no gubernamentales, entre otras. Corresponde aprender a comunicar en esas instancias y desde ellas. Lo cual lleva a la tarea de diagnosticar, planificar y gestionar comunicación, con todos los aprendizajes que ello implica.

El quinto paso alude al comunicar mismo. Esto no se realiza en el aire, sino que corresponde siempre a determinados lenguajes y medios. Entran aquí desde la palabra y la imagen hasta los medios tradicionales y lo que se viene abriendo a través de las tecnologías de la información.

En síntesis, los necesarios saberes son los siguientes:

- La comunicación.
- La pastoral de la comunicación.
- Cultura y sociedad en América Latina.
- Diagnóstico, planificación y gestión de la comunicación.
- Lenguajes y medios.

Marco pedagógico

El texto *Comunicación, misión y desafío. Manual de Pastoral de la comunicación*, plantea una propuesta pedagógica que atraviesa toda la reflexión. Cuando se distingue entre comunicación entendida como transmisión y comunicación en el sentido de encuentro, comunión, interlocución, se está apuntando a una pedagogía basada precisamente en la interlocución.

Igualmente cuando se habla de la necesidad de revertir los procesos de fragmentación y de aislamiento contemporáneos, se orientan la reflexión y la acción hacia una forma diferente de entender las relaciones sociales, sobre la base de la democratización, la libertad y la solidaridad.

La pedagogía consiste en el intento de comprender y dar sentido al hecho educativo, en cualquier edad y en cualquier circunstancia en que se produzca, dentro de los espacios de la educación formal, no formal e informal.

¿Sentido para quién? ¿Sentido de qué? ¿Qué sentido? Y, ligado a esto, ¿frente a qué sinsentidos se constituye el sentido?

En educación tiene sentido todo lo que sostiene a un ser humano en su crecimiento y en su logro como educador, todo lo que enriquece la promoción y el acompañamiento del aprendizaje, todo lo que enriquece la gestión de la institución educativa para cumplir con sus funciones, todo lo que enriquece el uso de medios y la práctica discursiva en función del aprendizaje.

El sentido de:

- el educador
- el estudiante
- la institución
- los medios y el discurso

La pedagogía se ocupa del sentido del hecho educativo y está a la base de herramientas conceptuales y metodológicas para enfrentar el sinsentido.

La institución educativa, y el educador, son corresponsables del ánimo o del desánimo con que los jóvenes aprenden; son corresponsables del estallido de creatividad o de la reducción de la misma a llamas casi mortecinas.

Es responsabilidad de la institución educativa y del educador la creación de un clima pedagógico en el cual florezcan las mejores energías para hacer del aprendizaje una experiencia rica en hallazgos, en esfuerzos y en encuentros.

Cuando una institución educativa se desentiende del aprendizaje de sus estudiantes, se desentiende de su futuro y de su razón de ser. Si ello sucede, educadores y estudiantes están literalmente desmotivados, poco y nada se mueve en ellos y entre ellos.

Se requiere de la mediación pedagógica, tanto para las relaciones presenciales como a distancia, entendida de esta manera:

El tratamiento de contenidos y de las formas de expresión de los diferentes temas a fin de hacer posible el acto educativo, dentro del horizonte de una educación concebida como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad.

Se trata de la tarea de tender puentes, y de ayudar a construirlos, entre lo que se conoce y se desconoce, lo vivido y lo por vivir, el presente y el pasado, el presente y el futuro, entre uno y otro ser... Tender puentes en todas direcciones, en la amorosa tarea de acompañar y promover el aprendizaje.

Todo lo dicho vale tanto para la educación universitaria como para la práctica con los distintos grupos mencionados, desde la educación formal hasta las ofertas abiertas para el autoaprendizaje.

Destinatarios

Si son tomadas en cuenta las necesidades y demandas de capacitación en comunicación para trabajar en favor de la evangelización, se abre un vasto abanico de interlocutores y de temas.

Entre los primeros podemos mencionar:

- instancias organizativas de la Iglesia, desde el arzobispado hasta las parroquias
- colegios y universidades católicas
- organizaciones no gubernamentales con vocación social y pastoral
- religiosos y religiosas
- personas encargadas de la comunicación en las instancias organizativas, los colegios y las universidades católicas
- educadores populares
- personas comprometidas con la acción evangelizadora en distintas asociaciones vinculadas a la Iglesia

Dentro de esos posibles destinatarios, el curso apuntará a la formación de agentes de evangelización: religiosos, religiosas, docentes de universidades católicas y comunicadores y educadores que se desempeñen en organizaciones y otras instancias ligadas a la Iglesia.

Puesto que se ofrecerán estudios de postgrado de especialización en comunicación para la evangelización, será requisito de ingreso tener título de grado o bien antecedentes que permitan reconocer una experiencia o una capacitación equivalentes al mismo.

Perfil

El egresado de la Especialización en Comunicación para la Evangelización estará en capacidad de:

- ⇒ Utilizar en su labor cotidiana de comunicador los marcos teóricos y conceptos fundamentales, las propuestas metodológicas y prácticas de la comunicación social contemporánea, en especial los generados en relación con la realidad latinoamericana.
- ⇒ Utilizar en su labor cotidiana de comunicador los marcos teóricos y conceptos fundamentales, las propuestas metodológicas y prácticas de la pastoral de la comunicación generada en relación con la realidad latinoamericana.
- ⇒ Enmarcar su labor cotidiana en un conocimiento y una vivencia de la cultura y las relaciones sociales de América Latina y en especial de lo correspondiente al contexto en el que le toque actuar.
- ⇒ Lograr la interlocución, en favor de una evangelización basada en la cultura de la vida y de la solidaridad, con distintos sectores: niños,

niñas, jóvenes, mujeres, campesinos, poblaciones urbanas, obreros, grupos de clase media, profesionales, entre otros.

- ⇒ Realizar diagnósticos de comunicación en distintas situaciones de comunicación.
- ⇒ Planificar la comunicación en distintas situaciones de comunicación.
- ⇒ Gestionar la comunicación en distintas situaciones de comunicación.
- ⇒ Comunicar por lo menos a través de un medio.
- ⇒ Comunicar a través de las posibilidades de las tecnologías de la información contemporáneas.
- ⇒ Comunicar con capacidad pedagógica.

Objetivos de la Especialización

General

Al finalizar la Especialización los participantes se habrán apropiado de conceptos, metodologías, y recursos para la práctica de la comunicación para la evangelización, tomando en cuenta las necesidades de la población y la visión y los requerimientos de la Iglesia.

Específicos

1. Apropiarse de las propuestas conceptuales, metodológicas y prácticas de la comunicación social contemporánea, en especial la generada en el contexto latinoamericano, útiles para la labor de comunicación para la evangelización.
2. Apropiarse de las propuestas conceptuales, metodológicas y prácticas de la pastoral de la comunicación generada en el contexto de la iglesia latinoamericana, a fin de basar en ellas la labor de comunicación para la evangelización.
3. Reconocer y comprender desde el Evangelio los principales problemas de la cultura y la sociedad latinoamericana, con especial referencia a lo que viven en la actualidad las grandes mayorías de la población.
4. Estar en capacidad de diagnosticar, planificar y gestionar la comunicación en instituciones de Iglesia o en otras vinculadas al quehacer de la evangelización.
5. Estar en capacidad de comunicarse profesionalmente a través de un medio de comunicación, sobre la base de un adecuado uso de los

correspondientes lenguajes y de las tecnologías de la información aplicados al mismo.

Plan de estudios

Fundamento pedagógico

Para lograr el perfil de una manera coherente con los ideales básicos de la Pastoral de la Comunicación (la comunicación no como transmisión sino como comunión, como compartir y como aprendizaje e interaprendizaje), se requiere sustentarlo en un fundamento pedagógico. El curso se sustentará en:

- ⇒ Una pedagogía del sentido, para el estudiante, para el educador, para la institución. Sentido de logro como seres, como educador, como comunicador, como instancia educativa. Sentido que, concretado, irradia sentido.
- ⇒ Una pedagogía sustentada en lo comunicacional: en las relaciones presenciales, en los materiales, en las relaciones entre los estudiantes, en las relaciones con el contexto, en la relación con uno mismo, en el interaprendizaje y en el autoaprendizaje.
- ⇒ Una pedagogía volcada al aprendizaje y al interaprendizaje, como apropiación de la cultura y de uno mismo, como construcción de conocimientos, relaciones, productos comunicacionales, expresión y construcción de uno mismo.
- ⇒ Una pedagogía que permite a todos, a la institución, a los docentes, a los estudiantes, crear obra, generar productos válidos para el proceso educativo y para la institución, para otras instituciones y para la sociedad en general.
- ⇒ Una pedagogía de adultos que aprenden de manera adulta, poniendo en juego su experiencia, sus saberes, sus maneras de interactuar, su capacidad expresiva, su cultura, sus sueños y su pasado.
- ⇒ Una pedagogía que permite la mediación pedagógica, que fomenta el intercambio de saberes, la interdisciplina, el trabajo en equipo, que lleva a tender puentes en las relaciones presenciales, a través de los materiales y en la interacción, sea cara a cara o a distancia.
- ⇒ Una pedagogía que abre espacios a prácticas de aprendizaje con sentido; aprendizaje con el educador, con los materiales, con el grupo, con el contexto, con uno mismo. Hablamos de prácticas que piden protagonismo a quienes aprenden, que despiertan iniciativas, problematizan, llevan a interactuar, proyectar, argumentar, imaginar, producir, expresarse.

- ⇒ Una pedagogía que da lugar a una evaluación adulta, basada en un compromiso de madurez. Una pedagogía que incorpora la evaluación como pieza clave del aprendizaje.

Fundamento comunicacional

Para lograr el perfil planteado en esta propuesta, será necesario ofrecer una alternativa educativa fundamentada en la comunicación, ya que tomamos como punto de partida para esto el reconocimiento de que no es válido aprender comunicación por medio de una pobreza comunicacional. El curso se sustentará en:

- ⇒ Una comunicación como comunión, como compartir, como diálogo, como intercambio de saberes y de experiencias, como aprendizaje e interaprendizaje.
- ⇒ Una comunicación así entendida presente en todas las instancias, sea en los materiales, en las prácticas de aprendizaje sugeridas y en las relaciones presenciales.
- ⇒ Una comunicación que permita la construcción de la mirada comunicacional y, por ende, la propia competencia profesional.
- ⇒ Una comunicación que genere productos, que a su vez abra puentes de comunicación en distintas direcciones.
- ⇒ Una comunicación centrada en la interacción, sea con los materiales, entre los estudiantes y con los educadores y la institución.
- ⇒ Una comunicación rica en personalización, en experiencias de vida, en contextos de aprendizaje, en cultura.
- ⇒ Una comunicación que asuma las posibilidades de las innovaciones tecnológicas en el campo de la información.
- ⇒ Una comunicación dirigida a la transformación personal y social en el horizonte de los compromisos de la Iglesia con la justicia y la solidaridad.

Consecuencias para la propuesta

Los fundamentos pedagógico y comunicacional arrojan por lo menos las siguientes consecuencias para el Curso de Especialización en Comunicación para la Evangelización:

- ⇒ La necesidad de concretar una estructura que permita una constante relación entre el texto y el contexto, en el sentido de producir materiales y ofrecer sugerencias de prácticas de aprendizaje que involucren a los estudiantes y sus respectivos espacios de vida y de trabajo.
- ⇒ La necesidad de elaborar materiales para el aprendizaje a distancia mediados pedagógicamente, tanto en sus conceptos como en sus respectivos formatos y en las prácticas de aprendizaje.
- ⇒ La necesidad de lograr que los estudiantes produzcan a medida que avanzan en el Curso, a fin de que puedan terminar el mismo con materiales útiles para ellos y para la comunidad a la cual se deben.
- ⇒ La necesidad de crear una comunidad de aprendizaje entre los distintos estudiantes y con los educadores, aún cuando se trabaje a distancia.
- ⇒ La necesidad de apuntar a experiencias pedagógicas decisivas, en el sentido de lo que puedan llegar a experimentar los estudiantes a la hora del aprendizaje. Esto significa una cuidadosa elaboración de los materiales de trabajo y, sobre todo, una cuidadosa preparación de las prácticas de aprendizaje.
- ⇒ La necesidad de combinar de manera sabia en los materiales para la labor a distancia, los conceptos y metodologías con una capacidad narrativa que acerque las propuestas a las percepciones y los saberes de los estudiantes.

Estructura del curso

El Curso asume la modalidad a distancia y se organiza en cuatro módulos y una instancia presencial en el centro de estudios que los promueve y administra.

El sistema modular constituye una oferta conformada por unidades con valor en sí mismas (módulos) y con referencia a las otras. Se deja de lado mediante esta estructura el esquema clásico de asignaturas que prevaleció en la oferta anterior del Curso.

Cada módulo significa una unidad de aprendizaje, con la mediación pedagógica de las propuestas conceptuales y metodológicas y del correspondiente formato, sobre la base de lo expuesto en los puntos fundamento pedagógico y fundamento comunicacional con sus consecuencias para la propuesta.

Cada módulo constará de un texto base escrito y de apoyos por otros medios. El primero se entregará impreso y a la vez en un disquete para abrir el camino al trabajo en computadora. Los materiales de apoyo podrán ser ofrecidos en audio-casete, en video o en disquete que incluya documentos procesados en computadora.

En tanto unidades en sí mismas, los módulos podrán ser cursados de manera independiente, sin pasar por toda la Especialización, en un sistema de créditos. Esto lleva a que en cada uno será necesario ofrecer elementos relacionados con la comunicación para la evangelización, los cuales constituirán el hilo conductor entre los cuatro.

Las prácticas de aprendizaje de cada módulo estarán estructuradas de modo de asegurar la apropiación de conceptos y metodologías por parte de los estudiantes y a la vez de promover la producción de materiales. Esto se logrará mediante la elaboración de un documento que será la base para la aprobación del Curso.

Los estudiantes desarrollarán un método de autoaprendizaje, sugerido al comienzo del Curso en general y de cada módulo en particular, pero a la vez serán apoyados mediante un sistema de seguimiento personalizado, mediante referentes que actúen desde el centro educativo responsable o por medio de asesores pedagógicos que se desempeñen en ciudades o países distantes de aquél. El seguimiento significará contactos previstos por la coordinación del Curso y a la vez consultas que los participantes necesiten hacer sobre la marcha de su aprendizaje.

Una vez aprobados los cuatro módulos los participantes se concentrarán en el centro educativo responsable para una instancia presencial centrada fundamentalmente en producción a través de un medio. Se abrirán posibilidades de elección entre impresos, radiales, video-televisión y multimedios. El Curso se completará con un material elaborado como parte de la tarea de evangelización y con un proyecto para el contexto en el cual se actúa.

Contenidos

Módulo 1: La comunicación social desde América Latina

Objetivo:

Apropiarse de las propuestas conceptuales, metodológicas y prácticas de la comunicación social contemporánea, en especial la generada en el contexto latinoamericano, útiles para la labor de comunicación para la evangelización.

Temas:

Teorías de la comunicación. Líneas generales en el plano internacional y su influencia e inflexión en la realidad latinoamericana. Teorías de la comunicación en la educación popular, en la educación formal, en el marco de las organizaciones no gubernamentales y en el Estado, en las empresas. Pedagogía de la comunicación y mediación pedagógica; percepción crítica, mercadeo social. Lectura de medios. Tecnologías de la información: desde la palabra oral y escrita hasta el hipertexto y los

multimedios. Análisis de la Iglesia como comunicadora, a la luz de los puntos desarrollados en este módulo.

Módulo 2: Comunicación para la evangelización

Objetivo:

Apropiarse de las propuestas conceptuales, metodológicas y prácticas de la pastoral de la comunicación generada en el contexto de la Iglesia latinoamericana, a fin de basar en ellas la labor de comunicación para la evangelización.

Temas:

Fundamentos de la pastoral de la comunicación: Aetatis Novae y las conclusiones de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Santo Domingo, 1992. La base ética y moral de la comunicación orientada a la evangelización. Fundamentos teológicos y pastorales de la comunicación orientada a la evangelización. Alcances de la pastoral de la comunicación. Labor de la pastoral de la comunicación según la perspectiva de la Iglesia. Labor de la pastoral de la comunicación en relación con los comunicadores para la evangelización. La religiosidad como discurso. La pastoral y los distintas instancias de evangelización: sacerdotes y religiosas, docentes de universidades católicas, docentes y estudiantes de comunicación en universidades católicas. Fieles comprometidos con la evangelización, comunicadores en instituciones de Iglesia. Comunicadores en medios dedicados a la evangelización, educadores populares dedicados a la evangelización. La concreción de la pastoral de la comunicación. Políticas y estrategias, consecuencias para la práctica.

Módulo 3: Cultura y sociedad latinoamericana

Objetivo:

Reconocer y comprender desde el Evangelio los principales problemas de la cultura y la sociedad latinoamericana, con especial referencia a lo que viven en la actualidad las grandes mayorías de la población.

Temas:

La cultura latinoamericana a la luz de la Conferencia de Santo Domingo. Las relaciones de inclusión-exclusión de los beneficios de la cultura. Los factores de diferenciación y de exclusión de los beneficios de la cultura. La globalización y la influencia de las innovaciones tecnológicas. Lo local, regional, nacional e internacional. Culturas latinoamericanas de cara al futuro, megatendencias en el fin del milenio. Procesos de hibridación cultural. Cultura y comunicación en América Latina. Relaciones interculturales. Vida cotidiana, comunicación y religiosidad. De la magia a la

religión. Investigar la propia cultura. Cultura, religiosidad y medios de comunicación social. Investigar la propia cultura.

Módulo 4: Diagnóstico, planificación y gestión de la comunicación

Objetivo:

Estar en capacidad de diagnosticar, planificar y gestionar la comunicación en instituciones de Iglesia o en otras vinculadas al quehacer de la evangelización.

Temas:

El diagnóstico de comunicación. Diagnóstico de situaciones de comunicación internas de una institución. Diagnóstico de situaciones de comunicación externa. Planificación de la comunicación. La comunicación en la planificación normativa y en la planificación estratégica. Políticas y estrategias de comunicación. El proyecto de comunicación. Metodología de proyectos. Gestión de la comunicación en las instituciones. Paradigmas funcionalistas e interaccionistas. Lo que la gestión comunica. Gestión de lo comunicacional. Gestión de la comunicación en el tercer sector, el Estado, las empresas, los organismos educativos y los medios. Planificación y gestión de la comunicación en la Iglesia. Recursos de planificación y gestión basados en las tecnologías de la información.

Medios de comunicación

La instancia presencial prevista para el Curso se hará durante un mes en el centro educativo responsable del proyecto. Se trabajará en ese periodo en un medio de comunicación y en la elaboración de un proyecto de comunicación para la respectiva institución o ámbito de acción del participante.

Se ofrecerán alternativas de formación en:

- Impresos
- Radio
- video-televisión
- multimedios

En todos los casos se trabajará mediante sistema de taller a fin de generar un producto orientado directamente a la evangelización.

Para el diseño del proyecto cada estudiante contará con un asesor que lo orientará en la formulación del respectivo documento, para lo cual se pondrá en juego todo lo visto y vivido en los cuatro módulos.

El aprendizaje

El curso se basa en una concepción del aprendizaje claramente diferenciada de una pedagogía centrada en la transmisión de información. Al momento de la inscripción los participantes asumirán un compromiso de responsabilidad por el proceso, que significará el reconocimiento de un sistema hecho por personas maduras para personas maduras. Esto significa que partirán todos de una corresponsabilidad: quienes coordinan por los materiales y el seguimiento, quienes estudian por su esfuerzo personal y el logro de resultados.

De esta manera se intenta avanzar en una experiencia productiva, tanto por lo que se obtenga en cuanto a apropiación de conceptos y metodología, como por los productos expresados en materiales útiles a la tarea de evangelizar.

Uno de los caminos para superar los esquemas tradicionales de transmisión de información es hacer pasar a los estudiantes por experiencias que vayan más allá de aquéllos. Para eso la metodología incluirá prácticas de aprendizaje con las distintas instancias: con la institución, con el tutor, con el texto, con el grupo, con el contexto y consigo mismo. Las experiencias vividas en cada una de ellas permitirán el reconocimiento de otras formas de encarar el acto educativo y de orientarse hacia una evangelización basada en una pedagogía de la comunicación.

Partimos de una concepción del aprendizaje como una apropiación continua del material de estudio y de la resolución de las diversas prácticas no sólo con el texto. Los textos y las guías de estudio buscarán en los participantes la asimilación y la construcción de sus propios saberes para comprender integralmente el proceso educativo y los alcances del mismo en la labor de evangelización, tomando en cuenta el contexto y la cultura de los interlocutores.

Por el rol que necesita la Iglesia de sus comunicadores, ya no basta para formarlos con mostrar lo que dicen los diversos autores, o repetir lo que el profesor dijo en clase; hace falta algo más, algo que movilice, incite e incentive a investigar, preguntar, realizar comparaciones, establecer las propias deducciones, realizar inferencias, aplicar y lograr las propias conclusiones.

Por todo ello, cada participante tendrá que:

- Partir de la motivación intrínseca y personal de iniciar su propia capacitación desde la óptica de su vocación por la evangelización y desde su lugar de trabajo.
- Realizar prácticas de aprendizaje en el mismo lugar en que se desempeña, para que pueda aplicar, valorar y flexibilizar la propuesta; realizar la resignificación necesaria para que se adapte a las diversas modalidades contextuales.
- Efectuar un constante esfuerzo para cumplir con los requisitos de cada módulo, ya que los sistemas a distancia existen una labor cotidiana y no una preparación intensiva para un examen final.

En una relación semipresencial los materiales ofrecidos por el sistema cobran un papel importante. Se trata, por un lado, de acercar al participante la información necesaria como para que puedan construir sus aprendizajes y abrir nuevas alternativas de práctica que permitan superar los límites de la relación en el aula.

Los textos serán mediados pedagógicamente a fin de lograr una relación de interlocución y de personalización. Esto significa la constante apelación a experiencias, ejemplos, espacios cotidianos y otros recursos que permitan partir siempre de lo cercano a lo lejano.

La organización de los materiales de estudio permitirá al estudiante realizar sus prácticas de aprendizaje de manera gradual, tomando en consideración la realidad educativa de cada uno.

Evaluación

La evaluación educativa ha sido siempre fuente de problemas y desafíos. En educación a distancia, la evaluación juega un papel importante en la estructuración y planeación del cambio de programas, estrategias, métodos y objetivos curriculares.

La evaluación de aprendizajes, en concreto, permite una comprobación individual capaz de informar, principalmente al alumno, sobre lo que él está aprendiendo, también sobre la naturaleza de las dificultades a superar en este proceso. En otras palabras, una evaluación en educación a distancia es la que permite al estudiante tomar decisiones continuas, capaces de hacer más eficiente su propio aprendizaje.

En un sistema de educación se plantea la necesidad de que la evaluación de los aprendizajes cumpla otras finalidades, además de la comprobación de lo aprendido y de su calificación. Hay tres usos o finalidades que los teóricos asignan a la evaluación dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación a distancia:

- ⇒ Uso sumativo de la evaluación en cuanto a la finalidad más común de la evaluación del rendimiento, que es calificar o acreditar los logros (evaluación sumativa). Las condiciones del sistema a distancia exigen una evaluación sumativa no sólo técnicamente bien hecha, para garantizar la credibilidad del sistema, sino también un cuidadoso análisis de resultados, porque éstos son la única evidencia que tiene el educador sobre el resultado de todo el proceso, y por tanto, la mejor fuente de información de retorno.
- ⇒ Uso diagnóstico de la evaluación que está determinada por las políticas de ingreso de las instituciones. Estas ven la necesidad de realizar diagnósticos, particularmente en el momento inicial, con el fin de ubicar adecuadamente a los candidatos.

Ante las dificultades que impiden subsanar las carencias que suelen presentar los estudiantes adultos, es necesario también ofrecer al estudiante pruebas de autodiagnóstico, para que él mismo pueda prescribirse acciones remediales acordes con su real estado de conocimiento o habilidades.

Uso formativo de la evaluación en la medida en que el estudiante a distancia se convierta en el agente de su propio aprendizaje y sea capaz de hacer consciente su progreso. Se trata de explotar los procesos evaluativos en el sentido de hacer realidad lo que los teóricos han denominado evaluación formativa, pero transfiriendo su manejo y control al estudiante, proponiéndole ejercicios periódicos de autoevaluación que le permitan darse cuenta de cómo va y de cómo reorienta su estudio.

Sobre estos tres usos o finalidades, el Curso ofrecerá las siguientes posibilidades de evaluación de aprendizajes:

- ⇒ La autoevaluación, que promueva en el estudiante la participación en el proceso de evaluación buscando que él mismo se evalúe en las distintas fases de aprendizaje.
- ⇒ La coevaluación, que se realiza cuando el evaluador y el evaluado argumentan de parte y parte con respecto al proceso desarrollado.
- ⇒ La heteroevaluación, que se realiza cuando el evaluador desconoce el proceso, evalúa desde fuera o se contrata un experto evaluador que no ha intervenido en el proceso.

Concretando todo esto a los que se requiere para aprobar cada módulo, se prevé una autoevaluación en torno a la marcha y la conclusión del aprendizaje expresada en una ficha que irá llenando el estudiante, una evaluación de los productos generados por el cumplimiento de las prácticas y una coevaluación, consistente en un coloquio en el que participan el asesor pedagógico y el estudiante.

Washington Uranga
Daniel Prieto Castillo
Daniela Frank
1999

Bibliografía

Abraham Pain. *Educación informal, el potencial educativo de las situaciones cotidianas*, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1992.
Almeida, Pedro L. *El planeamiento, Ética, política y técnica*, Ed. Universidad Católica de Córdoba, s/f. pp. 5 a 32.

Álvarez, Amelia; del Río, Pablo. "Educación y desarrollo: la teoría de Vygotsky y la zona de desarrollo próximo", en *Desarrollo psicológico y educación*, Jesús Palacios comp., Ed. Alianza, Barcelona 1990.

Ander Egg, Ezequiel. *Hacia una pedagogía autogestionaria*, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1983.

Aparici, Roberto (coord.). *La revolución de los medios audiovisuales*, Madrid, Ed. de la Torre, 1993.

Aristi, Patricia; Carasini, Martha; López, Ricardo. "¿Nos conectan los satélites? De la teoría a la práctica en el modelo de educación a distancia del Tecnológico de Monterrey", en *Ponencias del seminario internacional de tecnología educativa en el contexto latinoamericano*, Ed. ILCE, México, 1994.

Avanzini, Guy (comp.), *La pedagogía desde el siglo XVII hasta nuestros días*, México, Ed. F.C.E., México, 1990.

Barthes, Roland, "Al seminario", en *Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Ed. Paidós, 1986.

Batro, Antonio M. y Denham, Percival J. *La educación digital*, Buenos Aires, Ed. EMECE, 1997.

Bernstein, Basil. *La construcción social del discurso*, Ed. El Griot, Bogotá, 1990.

Bourdieu, Pierre; Passeron, Jean Claude. *La reproducción, elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, Barcelona, Ed. Laia, 1977.

Braslavsky, Cecilia; Birgin, Alejandra (comp.). *Formación de profesores, impacto, pasado y presente*, Ed. M. y Dávila, Buenos Aires 1992.

Bruner, Jerome. *Realidad mental y mundos posibles, los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*, Ed. Gedisa, Barcelona, 1990.

Castells, Manuel. *La era de la información, economía, sociedad y cultura*, Madrid, Ed. Alianza, 1996. (3 vol.).

CENECA. *Educación para la comunicación*, Santiago de Chile, Ed. UNESCO, 1992.

Chaptal, Alain. "Les technologies éducatives, l'épreuve du temps", en *Education et Médias*, Paris, CLEMI, 3º trimestre 1994.

CIFO. 1er Congr s Internacional de Formació Ocupacional, Barcelona, Ed. Departament de Pedagogia i Didáctica, Universitat Autónoma de Barcelona, 1992.

Coll, César. "La representació mutua profesor-alumno y sus repercusiones sobre la enseñanza y el aprendizaje", en *Desarrollo psicológico y educació*, Jesús Palacios comp., Ed. Alianza, Barcelona 1990.

Coll, César. "Un marco de referencia psicológico para la educació escolar: la concepció constructivista del aprendizaje y de la enseñanza", en *Desarrollo psicológico y educació*, Jesús Palacios comp., Ed. Alianza, Barcelona 1990.

Debesse, Maurice, Mialaret, Gastón. *Historia de la pedagog *, Ed. Oikos-tau, Barcelona, 1973.

Di Paolo, Raúl Osvaldo. *La planificació en América Latina: antecedentes y evolució*, Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, 1993.

Díaz, Mario y otros. *Pedagog , discurso y poder*, CORPRODIC, Bogotá, 1990.

Eco, Umberto, *Lector in fabula*, Barcelona, Ed. Lumen, 1981.

El modelo español de educació superior a distancia: la UNED, Ed. Universidad Nacional de Educaci  a Distancia, Madrid, 1988.

Fauré, Edgar y otros. *Aprender a ser*, Alianza Editorial, Madrid, 1970.

Federació Internacional de Periodistas. "Um programa de a ao para a midia na Europa", en *Comunica o & política*, vol 1, enero-abril, 1966. pp. 192 a 203

Follari, Roberto. *Práctica educativa y rol docente*, Ed. Rei, Buenos Aires, 1992.

Foucault, Michel. *Vigilar y castigar, el nacimiento de la prisi *, Ed. Siglo XXI, México, 1985.

Freinet, Celestin. *Por una escuela del pueblo*, Ed. Laia, Barcelona, 1982.

Freire, Pablo. "Pedagog  de la esperanza", entrevista en la revista América Libre, N  2, Bueno Aires, 1993.

Freire, Paulo. *Cartas a quien pretende enseñar*, Ed. Siglo XXI, México, 1994.

Germani, Gino. La sociología científica, Ed. Biblioteca de Ensayos Sociológicos, México, 1962. pp. 135 a 150.

Gioja, Rolando. *Planeamiento territorial y ciencias sociales*, Ed. El Ateneo, Buenos Aires, 1979. pp. 1 a 54.

Giordiani C., Jorge A. *La planificación como proceso social*, Ed. Vadell Hermanos, Barcelona, 1982. pp. 21 a 48, 145 a 170 y 223 a 248.

Grajeda. Geraldine. *El texto paralelo*, Ed. Universidad Rafael Landívar, Guatemala, 1995.

Gutiérrez Pérez, Francisco; Prieto Castillo, Daniel, *Mediación pedagógica para la educación popular*, RNTC, San José de Costa Rica, 1995.

Gutiérrez, Francisco; Prieto Castillo, Daniel. *La mediación pedagógica, apuntes para una educación a distancia alternativa*, Ediciones culturales de Mendoza, Ministerio de Cultura, Ciencia y Tecnología, Mendoza, 1993.

Hermelin, Christian. *Apprendre avec l'actualité. Théorie et pédagogie de l'événement*. Paris. Ed. Retz. 1993.

Juif, Paul; Legrand, Louis. *Las grandes orientaciones de la pedagogía contemporánea*, Ed. Nercea, Madrid, 1984.

Kliksber, Bernardo. "Nuevas fronteras tecnológicas en materia de gerencia en América Latina", en Revista de la CEPAL, N° 31, Santiago de Chile, abril de 1997. pp. 179 a 199.

Litwin, Edith (comp.). *Educación a distancia en los 90, desarrollos, problemas y perspectivas*, Ed. UBA, Buenos Aires, 1994.

Liotard, Jean Francois. *La condición posmoderna*, Ed. Rei, México 1990.

Mac Bride et al. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Ed. F. C. E., México, 1988. pp. 207 a 265.

Negroponte, Nicholas. *Ser digital*, Buenos Aires, Ed. Atlántida, 1995.

Molina, Víctor y Prieto Castillo, Daniel. *El aprendizaje en la universidad*, Mendoza, Ed EDIUNC, 1995.

Narodowski, Mariano. "¿Qué ha pasado con la pedagogía?", en Novedades Educativas, N° 62, febrero 1996, pág. 24.

Nassif, Ricardo. *Teoría de la educación, problemática pedagógica contemporánea*, Ed. Cincel, Bogotá, 1984.

OCIC-AL, UCLAP, UNDA-AL. *Nuevos rostros para una comunicación solidaria*, Quito, Ed. Servicio Conjunto de ComunicaciUn, 1994.

Paper, Seymour. *Jaillissement de l'esprit, ordinateurs et apprentissage*, Paris, Ed. Flammarion, 1980.

PÉrez, Gabriel Jaime et al. *Comunicación, misión y desafío. Manual de Comunicación para la Pastoral*, Santa Fe de Bogotá, Departamento de Comunicación Social, DECOS, Consejo Episcopal Latinoamericano, CELAM, 1997.

Planchard, Emile, *Orientaciones actuales de la pedagogía*, Ed. Troquel, Buenos Aires, 1972.

Pozo, Juan Ignacio. *Teorías cognitivas del aprendizaje*, Ed. Morata, Madrid, 1989.

Prieto C., Daniel. *Diagnóstico de comunicación*, Ed. INTA, Buenos Aires, 1995.

----- *El autodiagnóstico comunitario e institucional*, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1992.

----- *Planificación de la comunicación institucional*, El Salvador, San Salvador, 1993.

----- *Comunicación y utopía*, Mendoza 1997, (mimeo).

----- *Utopía y comunicación en Simón Rodríguez*, Ed. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1987.

----- *Voluntad de verdad y voluntad de espectáculo*, Ed. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1986.

----- "Notas sobre el trabajo discursivo", en *El discurso pedagógico*, Alejandra Ciriza y otros, Ed. RNTC, San José de Costa Rica, 1993.

----- *Educación con sentido, apuntes sobre el aprendizaje*, Ed. EDIUNC, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 1994.

----- *La pasión por el discurso, cartas a estudiantes de comunicación*, Ed. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNC, Mendoza, 1994.

Puigrós, Adriana. *Imaginación y crisis en la educación latinoamericana*, Ed. Alianza, México, 1990.

Restrepo J., Mariluz y Rubio Angulo, Jaime. *Intervenir en la organización*, Ed. Significantes de Papel, Bogotá, 1992. pp. 53 a 79.

Rogers, Carl. *Libertad y creatividad en la educación de la década de los 80*, Ed. Paidós, Barcelona, 1986.

Sacristán, Gimeno; Pérez Gómez, A. *Comprender y transformar la enseñanza*, Ed. Morata, Madrid, 1993.

Sáenz, Oscar. *Pedagogía general*, Ed. Anaya, Madrid, 1984.

Salazar Bondy, Augusto. *Educación y cultura*, Ed. búsqueda, Buenos Aires, 1979.

Schumacher, Silvia Cora (comp.). *Propuestas Psicopedagógicas para el 2000*, Ed. Fadip, Buenos Aires, 1992.

Secretaría de Educación Pública, Gobierno de México. Programa para la modernización educativa 1989-1991, México, Ed. SEP, 1989.

Stubbs, Michael. *Análisis del discurso, análisis sociolingüístico del lenguaje natural*, Ed. Alianza, Madrid, 1987.

Suchodolski, Bogdan. *Tratado de pedagogía*, Ed. Península, Barcelona, 1971.

Vattimo, Gianni. *La sociedad transparente*, Ed. Paidós, Barcelona, 1990.

Virilio, Paul. *Un paisaje de acontecimientos*, Buenos Aires, Ed. Paidós, 1997.

Waterston, Albert. *Planificación del desarrollo*, Ed. F. C. E., México, 1969. pp. 18 a 51.

Wiener, Norbert. *Cibernética y Sociedad*, México, Ed. Conacyt, México, 1988.