

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**PLAN DE COMUNICACIÓN LOCAL PARA LA INSPECTORÍA “NOTRE
DAME DU PERPÉTUEL SECOURS” DE LAS HIJAS DE MARÍA
AUXILIADORA EN HAITÍ.**

AUTORA:

MARIE PIERRETTE LOUIJUSTE

DIRECTORA:

GLADYS CARMITA CORONADO NUNEZ

Quito, febrero del 2015

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana, la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, febrero del 2015

Marie Pierrette Louijuste

PP1685223

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Doy gracias al Señor por sus múltiples bendiciones; en la presencia de personas en el camino muy preocupadas de la calidad de la comunicación, un aspecto muy importante del carisma de la Congregación Salesiana.

Agradezco a mis padres, especialmente mis hermanas Méthanie, Nathalie, Pauline, mis hermanos Jean-Claude, Jordany, Wilbert, Serge, con ellos y por ellos aprendí primero el arte y las prácticas de la verdadera comunicación en familia.

Quiero agradecer a todas y cada una de las hermanas de la Inspectoría Notre Dame du Perpétuel Secours en Haití, en particular Sor Marie Claire Jean, actual Provincial, que siempre apoyan y alentarán mis estudios, un gracias especial a la Inspectoría Sagrado Corazón del Ecuador, la inspectora Sor Beatriz Navarro y la antigua inspectora Sor Vicenta Jaramillo, las hermanas actuales y antiguas de la casa inspectorial especialmente Sor Rosita Molina y Sor Marianita Samaniego.

Gracias a cada salesiano del Ecuador por su apoyo y su ánimo, así he comprendido que yo "Yo estudio para los jóvenes".

Gracias en especial a mi directora de tesis, Carmita Coronado que con paciencia y determinación, me acompañó a producir esta investigación con su gusto por el trabajo bien hecho y celosa del carisma salesiano.

Quiero dar las gracias a los responsables de Universidad Politécnica Salesiana, mis dedicados profesores, los valientes miembros del jurado de mi memoria y mis incansables lectores. También quiero agradecer a mis compañeros de carrera por su aliento y apoyo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
ACERCAMIENTO A CONCEPTO Y DEFINICIONES DE COMUNICACIÓN.....	3
1.1. La comunicación: definiciones.....	3
1.2. Modelos de comunicación.....	9
1.2.1. El modelo de la aguja hipodérmica.....	9
1.2.2. El modelo del flujo comunicativo a dos niveles (two-step-flow of communication)	10
1.2.3. La hipótesis de los “usos y gratificaciones” (uses and gratification)	10
1.2.4. El modelo comunicativo de Harold Lasswell.....	12
1.2.5. El modelo comunicativo de Wilbur Schramm.....	13
1.2.6. El modelo comunicativo de Roman Jakobson.....	14
1.3. Las dimensiones de la comunicación	16
1.3.1. La dimensión informativa.....	16
1.3.2. La dimensión relacional.....	16
1.3.3. La dimensión participativa.....	17
1.3.4. La dimensión explorativa.....	17
1.4. Nuevos conceptos de comunicación desde el pensamiento de la iglesia	18
CAPÍTULO 2	19
LA COMUNICACIÓN, EJE VERTEBRADOR DE LA ACCIÓN EDUCATIVA DE LAS HIJAS DE MARÍA AUXILIADORA (FMA)	19
2.1. Magisterio de la Iglesia y la comunicación	19
2.2. La Iglesia y la Comunicación Social en América Latina desde las Conferencias Generales del Episcopado Latinoamericano	22
2.2.1. Río de Janeiro (1955).....	22
2.2.2. Medellín (1968)	22
2.2.3. Puebla (1979).....	23
2.2.4. Santo Domingo (1992): Teología de la Comunicación	23
2.2.5. Aparecida (2007)	25
2.3. Jornadas mundiales de la Comunicación Social (2010-2014).....	25

2.3.1. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLIV jornada mundial de las comunicaciones sociales: el sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra» (Domingo 16 de mayo de 2010).....	26
2.3.2. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLV jornada mundial de las comunicaciones sociales: Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital (5 de junio 2011).....	26
2.3.3. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLVI jornada mundial de las comunicaciones sociales: “Silencio y Palabra: camino de evangelización”. (Domingo 20 de mayo de 2012)	27
2.3.4. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLVII jornada mundial de las comunicaciones sociales «Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización» (Domingo 12 de mayo de 2013).....	27
2.3.5. Mensaje del santo padre Francisco para la XLVIII jornada mundial de las comunicaciones sociales “Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro” (Domingo 1 de junio de 2014)	28
2.4. La Comunicación en la Congregación Salesiana	28
2.4.1. Don Bosco comunicador.....	29
2.4.2. María Dominga Mazzarello comunicadora	32
2.4.3. La comunicación epistolar	35
2.5. Breve recorrido: cuadro recapitulación de la comunicación desde el CG VIII	38
2.6. Creación del Ámbito de Comunicación Social en el CG XIX (1990)	41
2.7. Proceso/camino de la comunicación en los documentos del Instituto	43
2.7.1. Las Constituciones	43
2.7.2. Proyecto Formativo.....	44
2.7.3. Líneas orientadores para la misión educativa	45
2.7.4. Cooperación para el desarrollo	46
2.7.5. La Comunicación en las circulares de las madres generales	47
2.8. Perspectiva del futuro	48
CAPÍTULO 3	51
PLAN DE COMUNICACIÓN	51
1. OBJETIVO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	51
1.1. Identidad de la inspección notre dame du perpétuel secours	51
1.1.1. Visión.....	51

1.1.2. Misión	52
1.2. Objetivo general	52
1.3. Objetivos específicos	53
1.4. Estrategias comunicativas	53
¿Por qué la educomunicacion?	53
1.4.1. Fundamentos Generales de la Educomunicación	55
1.4.2. Línea de comunicación que sustenta el Plan	55
2. La comunicación al nivel de la Inspectoría	56
2.2. Línea de orientación 2	58
2.3. Línea de Orientación 3	59
3. PROGRAMACIÓN DE LA INSPECTORÍA (2015-2018).....	59
3.1. Formación-Educación	60
3.2. Información	67
3.3. Producción.....	75
CAPÍTULO 4	83
EXPECTATIVAS	83
CONCLUSIONES	84
GLOSARIO	87
LISTA DE REFERENCIA	88
ANEXOS	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de la aguja hipodérmica.....	9
Figura 2. Esquema del modelo lineal-.....	9
Figura 3. El modelo del flujo comunicativo a dos niveles.....	10
Figura 4. La hipótesis de los “usos y gratificaciones” (uses and gratification).....	12
Figura 5. El modelo comunicativo de Harold Lasswell.....	13
Figura 6. El modelo comunicativo de Wilbur Schramm-.....	14
Figura 7. El modelo comunicativo de Roman Jakobson.....	15

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro recapitulativo de la comunicación desde el CG VIII.....	38
Tabla 2. Cuadro de la línea de orientación 1.....	58
Tabla 3. Cuadro de la línea de orientación 2-.....	58
Tabla 4. Cuadro de la línea de orientación 3.....	59
Tabla 5. Plan local 2015-2018: área formación.....	61
Tabla 6. Registro de evaluación 1.....	64
Tabla 7. Registro de evaluación 2.....	65
Tabla 8. Registro de evaluación 3.....	66
Tabla 9. Registro de evaluación 4.....	66
Tabla 10. Plan local 2015-2018: área información.....	68
Tabla 11. Registro de evaluación 5.....	72
Tabla 12. Registro de evaluación 6.....	73
Tabla 13. Registro de evaluación 7.....	74
Tabla 14. Registro de evaluación 8.....	74
Tabla 15. Plan local 2015-2018: área producción.....	76
Tabla 16. Registro de evaluación 9.....	79
Tabla 17. Registro de evaluación 10.....	80
Tabla 18. Registro de evaluación 11.....	81
Tabla 19. Registro de evaluación 12.....	81

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Calendario de socialización y presentación.....	84
Anexo 2. Organigrama de la comunicación.....	85
Anexo 3. Organigrama de la Inspectoría.....	86
Anexo 4. Modelos de Evaluación.....	98

RESUMEN

Este trabajo titulado “Plan de comunicación para la Inspectoría Notre Dame du Perpétuel Secours en Haití”, traduce la voluntad de la congregación salesiana de dotar a cada inspectoría de una coordinación de la comunicación; su función es animar la comunicación con óptica educomunicativa según el carisma salesiano.

Mi trabajo es parte de un proceso mundial del Instituto de las FMA orientado al:

Estudio, a la investigación y propuesta de orientaciones y de caminos concretos en torno a la cultura de la comunicación desde una óptica educativa y en diálogo con los distintos ámbitos. Es también expresión del diálogo realizado en los encuentros Interámbitos a nivel continental con las Coordinadoras de Comunicación Social de todas las Inspectorías del mundo, quienes han aportado su reflexión y propuestas para que pueda ser traducido a la práctica en las Comunidades educativas (GONG, 2012, pág. 5).

Por esta razón, el plan se articula en torno al Plan mundial y regional del ECOSAM ejecutando estrategias de la comunicación institucional con tres ejes: formación, información y producción.

El anhelo para mi inspectoría es que durante y después de la ejecución de este plan, cada miembro de la familia salesiana en Haití tenga conciencia de la importancia de la comunicación en nuestro Instituto; iremos creando la cultura comunicativa dentro de nuestras comunidades educativas hasta dar vida a la carrera de Educomunicación dentro de las instituciones superiores salesianas en Haití y después de la Universidad Salesiana; este es mi sueño...¡Soy Hija de Don Bosco!

ABSTRACT

This qualified work "Plan of communication for the Province Notre Dame du Perpétuel Secours in Haiti", translates the will, the desire of the congregation salesian of endowing every province of a coordination of the communication; her function is to encourage the communication with optics educommunicative according to the salesian's charisma

My work is part of a world process of the Institute of the FMA orientated to the:

“Study, to the research and offer of orientations and of concrete ways concerning the culture of the communication from an educational optics and in dialog with the different areas. It is also an expression of the dialog realized in the meetings Interareas to continental level with the Coordinators of Social Communication of all the provinces of the world, who have contributed their reflection and offers in order that it could be translated into the practice in the educational Communities". (GONG, 2012, pág. 5).

For this reason, the plan is articulated around the world and regional Plan of the ECOSAM executing strategies of the institutional communication with three axes formation, information and production.

The longing for my province is that during and after the execution of this plan, every member of the Salesian's family in Haiti has conscience of the importance of the communication in our Institute; we will creating the communicative culture inside our educational communities until salesian fma giving life to Educomunicación's career inside the top institutions in Haiti and after the Salesian's University; this one is my dream ... I am a daughter of Don Bosco

INTRODUCCIÓN

Todo acto de comunicación implica la idea de un conjunto, (Com=con; un=unir; acción=acción). No existe acción aislada en comunicación por el mero hecho que la palabra en sí; etimológicamente implica al inicio dos personas, después, dos o varias personas unidas, al final, dos o varias personas unidas para realizar una acción. Este relato de Garaudy Roger en “Palabra de Hombre” orienta la reflexión; dice:

En todos los planos, somos llevados a esta verdad fundamental de la vida: lo que hay en mí de más íntimo y esencial es la presencia del amor de los otros. El otro, los otros, son mi transcendencia, lo que me llama más allá de mis límites individuales, lo que me constituye como hombre. La Humanidad no es una aventura solitaria. Es una conquista de la comunidad, una comunión. (Bordenave & Carvalho, 1978, pág. 25)

Una de las realidades que llevaba al planteamiento de este plan de comunicación para la Inspectoría NDPS en Haití, es este deseo que la comunidad de las Hijas de María Auxiliadora en Haití logre esta conquista como comunidad: la comunión. La manera más efectiva para que la comunión se haga testimonio es la comunicación. “Lo que hemos visto y oído, eso lo anunciamos.” (1Jn 1, 39).

“Nosotros no podemos callar lo que hemos visto y oído.” (Hechos 4,20)

“La multitud de los creyentes tenía una sola alma y un solo corazón. Nadie consideraba sus bienes como propios, sino que todo lo tenían en común”. (Hechos 4,32)

El Instituto de las FMA, desde la creación del ámbito de comunicación en 1990, empezó un camino de sinergia y convergencia de los procesos en la óptica de la única misión; como le manifiesta en sus objetivos: “Busca favorecer una comunicación institucional, dialogar con el mundo contemporáneo, crear de una nueva cultura de la solidaridad hacia una ciudadanía activa.” (FMA, 2014). En una palabra, planificar e incentivar y acompañar el proceso de comunicación interna y externa de la inspectoría es un reto importante para llevar adelante.

En este sentido, el presente trabajo empieza por revisar los conceptos de comunicación en general, el proceso, los modelos y las dimensiones de la comunicación para una formación epistemológica en este campo. No se puede olvidar tampoco la comunicación dentro de la iglesia para llegar al concepto de la teología de la comunicación como base doctrinal de nuestro plan.

La segunda parte de este trabajo se articula dentro de la visión comunicativa del Instituto en General. Desde la fundación con San Juan Bosco y santa María Dominga Mazzarello, sin tener un nombramiento explícito en esta época, la comunicación ha sido un motor de acción en las primeras comunidades de Valdocco y de Mornese; en las planificaciones al momento de los capítulos generales, varios debates se manejaban sobre la comunicación, hasta el último capítulo general XXIII, el ámbito de comunicación saliente, exponía sus expectativas para los próximos años antes de pasar la carga a un nuevo equipo.

La propuesta del Plan de Comunicación que es el centro de este trabajo, recoge los resultados del FODA y los traslada a líneas de acción con sus perspectivas, actividades y demás detalles para su implementación y respectiva evaluación.

En el último capítulo del Plan, las expectativas y las conclusiones que deja la manera como entendemos poner en práctica el plan según la planificación periódica de la Inspectoría “Notre Dame du Perpetuel Secours”.

CAPÍTULO 1

ACERCAMIENTO A CONCEPTO Y DEFINICIONES DE COMUNICACIÓN

1.1. La comunicación: definiciones

Comunicar es la actividad humana más normal, común y difundida. Toda la vida social está entretejida de comunicación, de relaciones en la vida cotidiana hasta las formas más organizadas e institucionales. Al mismo tiempo, la comunicación se revela siempre como una apuesta y un riesgo, un evento “improbable” que necesita múltiples condiciones para que suceda y sea eficaz.

Se calcula, en un día se come tres veces, se duerme siete horas, pero se comunica al menos durante quince o dieciséis horas: acoger a las personas, detenerse y hablar, leer el periódico, mirar la TV, usar el teléfono, recibir llamadas, pedir explicaciones, buscar información, asegurarse del lugar y hora de algún evento; todas son acciones que se alcanzan a través de pequeños detalles informativos que muchas veces aportamos nosotros mismos. La gente que encontramos nos trae noticias y vienen buscando información; el intercambio de palabras, gestos, acciones, de nuestros silencios nos ayudan a desarrollar nuestras ocupaciones cotidianas, nos permiten contextualizar más claramente la realidad que nos circunda y en la cual estamos inmersos.

El desarrollo rápido e incesante de los medios de comunicación ha revelado su importancia en diferentes niveles: político, económico, social, tecnológico. La comunicación es un fenómeno penetrante que alcanza todos los aspectos de la naturaleza. Esta penetración de la comunicación ha sido subrayada particularmente por Paul Watzlawick con los cinco axiomas de la comunicación, el primer de los cuales afirma que “no se puede no comunicar” (Watzlawick, 1985, pág. 23).

- 1) Todo comportamiento es una forma de comunicación. Es imposible no comunicar.

- 2) Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, es decir, además del significado de las palabras, cualquier acto comunicativo provee información sobre cómo el que habla quiere ser entendido y que le entiendan y también sobre cómo la persona receptora va a entender el mensaje.
- 3) La naturaleza de una relación depende de la forma de pautar las secuencias de comunicación que cada participante establece. La comunicación puede ser entendida como una serie ininterrumpida de intercambio de mensajes, sin embargo, los participantes en este proceso siempre introducen lo que se denomina por los teóricos de la comunicación humana “puntuación de secuencia de hechos” que implica la estructuración del flujo comunicacional dentro del cual tanto el emisor como el receptor interpretaran su propio comportamiento como reacción ante el del otro.
- 4) En toda comunicación existe un nivel digital (lo que se dice) y un nivel analógico (cómo se lo dice). La comunicación implica la transmisión de un contenido (nivel digital) pero también es importante el modo en que ese contenido es transmitido (nivel analógico).
- 5) Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia. Si la relación de las personas comunicantes tienden a igualar su conducta recíproca será una relación simétrica y es la que presenta, por ejemplo, personas en igualdad de condiciones: hermanos, amigos, etc.; en cambio, si la relación está basada en la complementariedad de uno y otro produciendo un acoplamiento recíproco será una relación complementaria y es, por ejemplo, la que presenta un tipo de autoridad: padres e hijos, profesores–alumnos, etc.

El autor Watzlawick (1985), así mismo, subraya que cada comunicación se compone de un aspecto de contenido y de relación y este último es el fondo y escenario donde los demás aspectos toman sentido, haciendo de guía a la codificación y decodificación de los mensajes. Se considera pues la comunicación como un acto pragmático. En cada acto comunicativo el aspecto relacional contribuye a definir el

horizonte interpretativo según la naturaleza de la relación intersubjetiva, la referencia a la vida cotidiana, a nuestros actos de comunicación es inmediata.

Watzlawick es uno de los fundadores de la escuela de Palo Alto, nombre de una ciudad de California (Estados Unidos). Le llaman también la Universidad Invisible dado que no contaba con una sede formalizada. Los miembros de esta escuela fueron un conjunto de investigadores quienes consideran la comunicación como un proceso social de puesta en común y participación. Estos investigadores: Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward T. Hall, Erving Goffman, Paul Watzlawick, etc. se proponen elaborar un modelo de comunicación alternativo a lo de Shannon y Weaver horizontal y lineal. Hablando de esta escuela, Martha Rizo plantea:

Esta escuela no se ocupa de los fenómenos comunicativos emitidos a través de los medios de difusión o de los medios masivos, sino que estudia la comunicación humana en el sentido que se habla de relaciones humanas como la esencia de la sociedad. De acuerdo con Luhman “todo lo que es comunicación es sociedad (...) La comunicación se instaura como un sistema emergente en el proceso de civilización. Los seres humanos se hacen dependientes de este sistema emergente de orden superior, con cuyas condiciones pueden elegir los contactos con otros seres humanos. Este sistema de orden superior es el sistema de comunicación llamado sociedad (Rizo, 2009)

Un sólo término, muchos significados

No es fácil definir la comunicación, tanto menos fácil es comunicar; dos estudiosos americanos, Dance e Larson, recogieron alrededor de 126 definiciones y el francés Yves Winkin escribe:

Comunicación. término irritante: es una sala de almacenamiento increíble (un gran desorden), donde se encuentran trenes, autobuses, telegrafistas, canales de televisión, pequeños grupos de noticias, el telégrafo, pequeños grupos de reuniones, vasos comunicantes, y evidentemente una colonia de castores, desde que se habla de comunicación animal [...]. Pero, a pesar de todo esto la comunicación

es un término fascinante, según los investigadores y pensadores incluso se puede criticarlo, rechazarlo, aplastarlo: el término “comunicación” siempre vuelve a la superficie, puro. La comunicación es una buena cosa. La última metamorfosis por la que está pasando es, del ámbito de las relaciones humanas al ámbito de las relaciones públicas: las agencias de publicidad se están convirtiendo en compañías de comunicación. (Winkin, 2000)

Más temprano en los años 1987, Mario Kaplún pone la comunicación como una actitud y una disposición personales de quien quiere comunicar. Es una decisión de cada persona de salir de sí mismo y ponerse en camino de interacción con inteligencia, comprensión y conciencia. En su específica obra *El Comunicador Popular* dice:

Comunicación: es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común. Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores. (Kaplún, 1987, pág. 68).

El término comunicación tan complejo en si requiere varios ejercicios mentales, académicos, filosóficos, culturales también psicológicos para entender su significado. Según Fiske, la comunicación es un conjunto de actividades que relacionan la vida cotidiana en su sencillez y su rutina que no nos damos cuenta que estamos comunicando. En este sentido: "La comunicación es una de las actividades humanas que todo el mundo reconoce pero pocos pueden definir satisfactoriamente. La comunicación es hablar uno con otro, es la televisión, es difundir información, es nuestro estilo de cabello, es la crítica literaria: la lista es interminable" (Fiske, 1990). A propósito, Fiske enumera cuatro realidades humanas que involucran la comunicación:

1. Comunicación es espacio y oportunidad para el encuentro interpersonal, que se realiza plenamente en el diálogo.

2. Comunicación es información, el intercambio de experiencias, intercambio de conocimientos y saberes, es informar algo y aprender algo, es la capacidad de vivir en nuestro tiempo y convertirse en ciudadanos actualizados.

3. Comunicación es cultura, forma de ser y de presentarse (cómo me visto, cómo hablo, cómo me muevo, mi cultura), así como la transmisión cultural que se transfiere de una época a otra a través de cualquier forma, desde la simple narración hasta la comunicación a través de los medios.

4. Comunicación son los medios de comunicación en todas sus formas antiguas y nuevas, desde la prensa al cine, desde la televisión a los productos multimedia, desde Internet a sus nuevos espacios (redes sociales) de socialización. Los medios, son ahora "ambientes" que proporcionan oportunidades para crear comunicación.

No es sin razón que C. Stuart (1966) dijo de la comunicación que se parece a un grandísimo circo bajo una carpa: "La comunicación es una etiqueta que cubre una gran variedad de cosas tangibles; la carpa de palabras que cubre un grandísimo y muy activo circo."

La Palabra comunicación deriva de *communis* y del verbo *communicare* como el sustantivo *communicatio*; dos retóricos de la antigüedad, en sus pensamientos abordan el tema de la comunicación, se trata de Marco Tulio Cicerón (106-43 a.C) y Marco Fabio Quintiliano (alrededor de 35-95 d.C). En Cicerón particularmente se encuentran expresiones muy significativas como *communicatio consilii* que significa "hacer públicos sus propios diseños o dibujos" y *communicatio sermonis*, que es el significado preciso de "conversación". En este momento de la Retórica de Aristóteles se encuentra un matiz muy interesante que equipara el término con un significado que puede ser traducido como "comunicación participativa".

Las expresiones latinas *communis*, *commucatio* quieren decir también "común a muchos o todos" y *communicare*, "hacer común, tomar parte en alguna relación con algo", "ponerse de acuerdo con alguien". Según Benveniste, la palabra *communis* se

relaciona con munus, es la base del intercambio. Es el fundamento de la "comunidad".

Ya communis literalmente significa "que participa en la munia o munera" cada miembro tiene el deber de dar en la medida como que recibe. Se trata de un "intercambio" de "regalos", dar y recibir: una acción muy diferente al mercado donde el objetivo son las ganancias. El regalo debe ser generoso, porque se considera ventajoso. Cuando se da algo, usted tiene que dar lo máspreciado. (Benveniste, citado por (Coordinatrice 2.0 Corso di formazione on-line per Coodinatrici di Comunicazione Sociale delle Figlie di Maria Auxiliatrice, Modulo I, 2013)

(Sabiduría popular: manos generosas no quedan vacías, el que da recibe, el que siembra cosecha).

En la retórica antigua existe el discurso en sus elementos:

- 1- “El que habla,
- 2- Aquello de lo que se habla,
- 3- Aquel a quien se habla.” (Berlo, 1984)

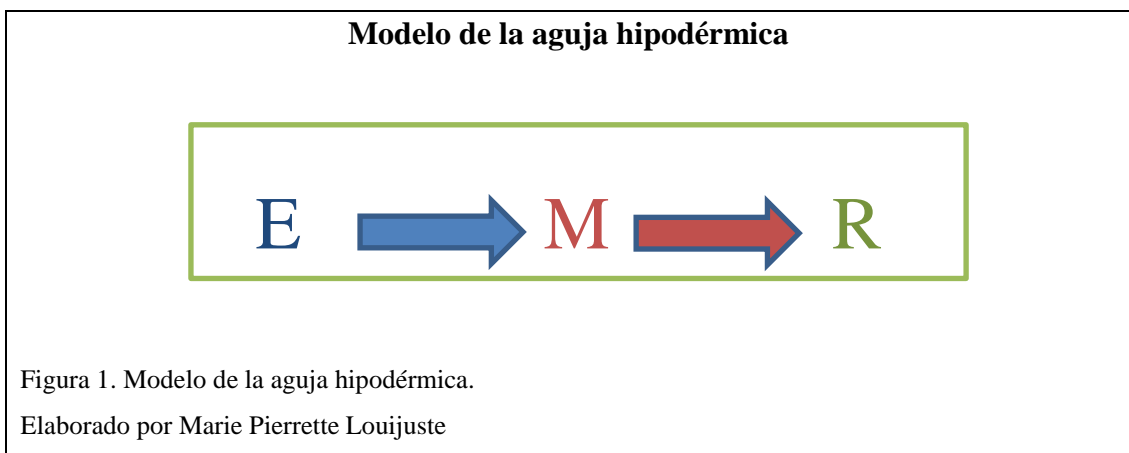
La finalidad del discurso se dirige a este último al que escucha. El oyente es un espectador que decide, con respecto a hechos del pasado o sobre hechos en el futuro. En relación a hechos futuros, el que decide es el miembro de la asamblea, con respecto a hechos pasados, son los jueces de la corte quienes deciden sobre la capacidad del orador, el espectador». El modelo de comunicación que se presenta es claro: un emisor, un receptor y un mensaje, pero, a diferencia de algunos modelos más nuevos, esto no garantiza un pasaje puro de “información” desde un extremo del proceso al otro, sino que asume una interacción entre sujetos, interacción que está a base del logro de un conocimiento o un deseo común: serán la voluntad del que habla y aquella de la asamblea a "decidir juntos". El oyente no es considerado como un contrario, sino un co-enunciador.

1.2. Modelos de comunicación

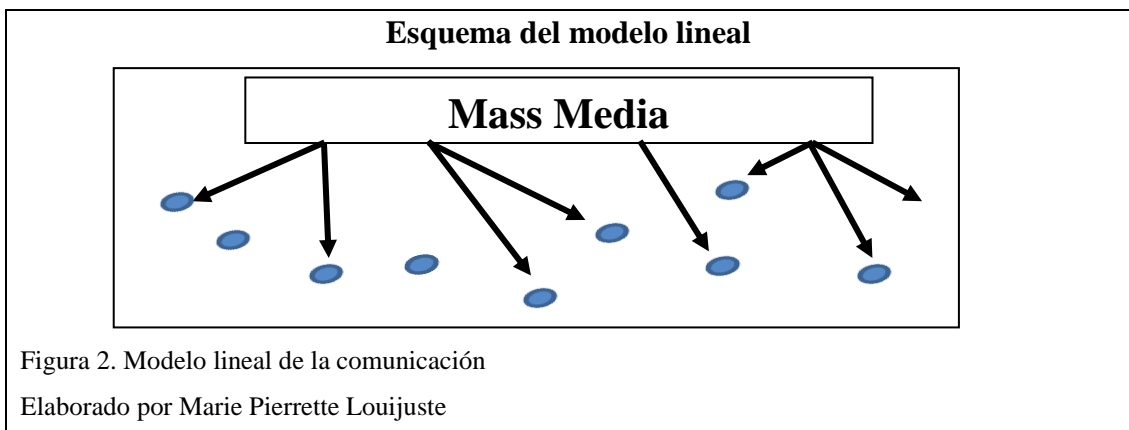
En este sentido, el siglo XX nos presenta modelos de comunicación más amplios y desarrollados según diversas escuelas, teorías e ideologías.

1.2.1. El modelo de la aguja hipodérmica

El primero, lineal o el “modelo de la aguja hipodérmica” ha sido muy popular entre 1914 y 1940. La teoría se basa en mecanismos instintivos S-R (estímulo – respuesta) se puede esquematizar de la siguiente manera:

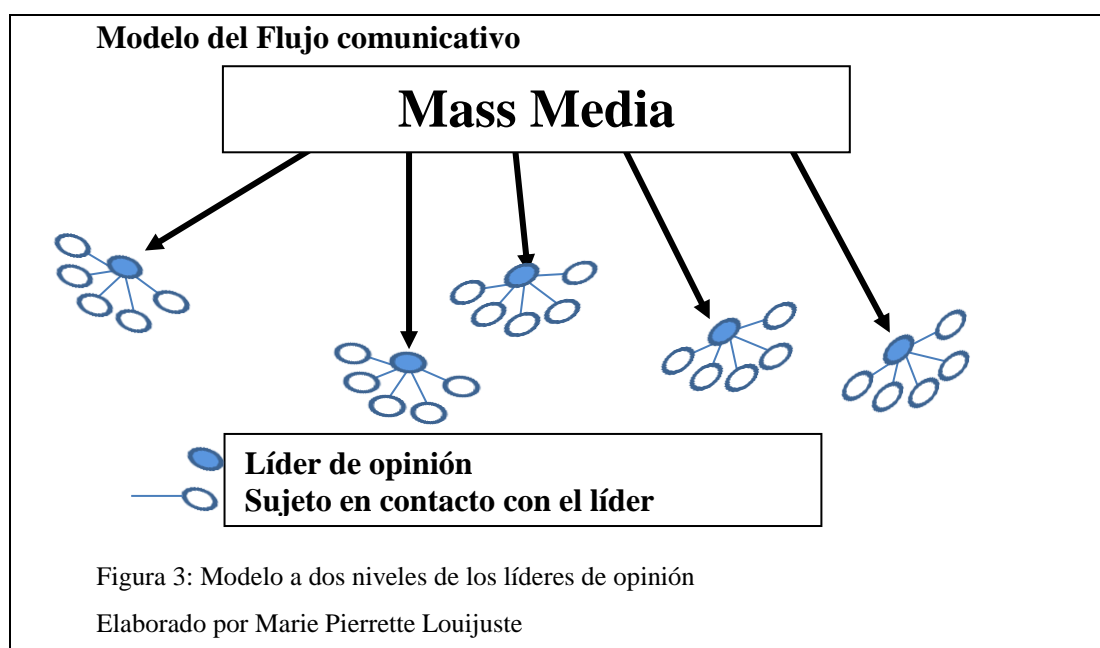


Un Emitente (E) produce los Mensajes (M) que llegan a los Receptores (R) y producen efectos sobre ellos. La teoría hipodérmica es un nexo de causa directa entre propaganda de masa y manipulación de la audiencia a un proceso mediado por influencia, se conecta con los importantes descubrimientos del rol de los líderes de opinión (opinion leaders) y con el flujo comunicativo a dos niveles (*two-step flow of communication*). Este esquema lo explica de manera detallada.



1.2.2. El modelo del flujo comunicativo a dos niveles (two-step-flow of communication)

En el 1955, Paúl F. Lazarsfeld reflexionó a partir de la influencia personal. En la primera parte del modelo, está representada la audiencia así como era concebida en las investigaciones precedentes a la obra de Lazarsfeld: un conjunto desintegrado de individuos que forman la masa. En realidad, afirma Lazarsfeld, cada individuo es organizado dentro de un complejo entrettejido comunicativo gestionado por relaciones interpersonales; los mensajes provenientes de los media encuentran un público activamente organizado (leader opinión–opinión leader).



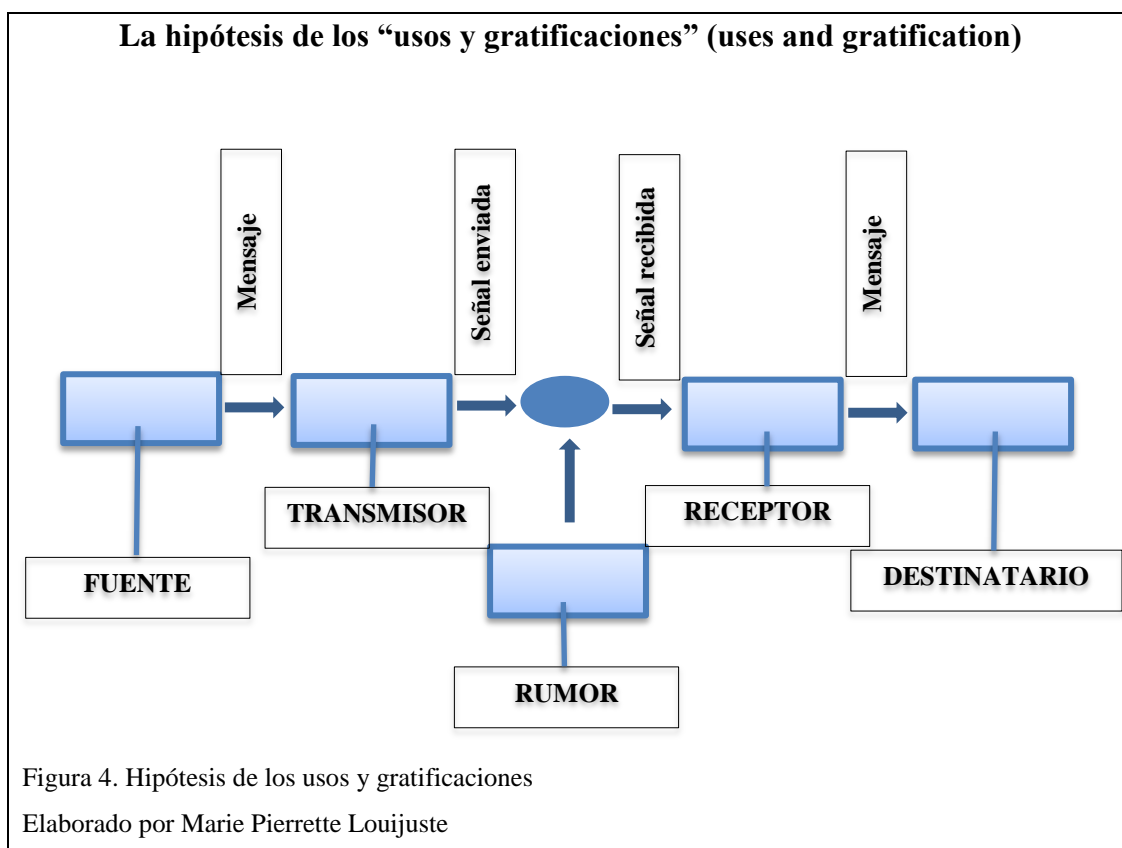
1.2.3. La hipótesis de los “usos y gratificaciones” (uses and gratification)

Un paso posterior en la dirección de la revisión del carácter lineal y simple del modelo comunicativo elemental E - M - R es comprobado desde los estudios que vienen resumidos bajo el título de “usos y gratificaciones”, cuya característica principal es aquella de pasar de la pregunta “qué es lo que hacen los media sobre las personas?” a la pregunta “qué cosa hacen las personas con los media?” Estos estudios, desarrollados al interno del cuadro general de la teoría sociológica funcionalista de Parsons son comunes en el hecho de considerar al receptor no como

un sujeto pasivo, sino como un agente relativamente autónomo en la elección del uso de los media. El receptor está en grado de elegir y de usar los media en el modo que mejor corresponda a su propia ventaja, en este cuadro, el mensaje no es más visto como un elemento que fluye unilateralmente del emisor al receptor, es en cambio el receptor que, con su propia autonomía, selecciona del flujo comunicativo lo que corresponde a su propia finalidad y por lo tanto se convierte en un sujeto simétrico respecto al emisor.

- 1) Una fuente genera un mensaje, o una secuencia de mensajes, que deben ser comunicados a la terminal receptor.
- 2) Un transmisor opera de algún modo sobre el mensaje para producir una señal adaptada a la transmisión del canal.
- 3) El canal es el medio empleado para transmitir la señal del transmisor al receptor.
- 4) El receptor cumple la operación inversa de aquella cumplida por el transmisor, reconstruyendo el mensaje a partir de la señal.
- 5) El destinatario es la persona (o la cosa) a quien es dirigido el mensaje.

En el concepto de comunicación de Shannon e Weaver (1967) asume una importancia fundamental el rumor, o sea un elemento cualquiera que se entromete en el arco que va de la emisión a la recepción y que no ha sido preventivamente previsto por la fuente.



1.2.4. El modelo comunicativo de Harold Lasswell

Casi contemporáneamente a la investigación de Shannon y Weaver se desarrolla el estudio sobre la comunicación de parte de Harold D. Lasswell, estudioso de política en la Escuela de Chicago. En el intento de comprender, en particular, los efectos de los medios de comunicación, afirmó que: «A convenient way to describe an act of communication is to answer the following questions: Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?». Según Lasswell, un modo útil de describir un acto de comunicación es responder a las siguientes preguntas: quién dice? (*WHO*), qué cosa? (*WHAT*), a través de qué canal? (*WHICH*), a quién? (*WHOM*), con cuál efecto? (*WITH WATH EFFECT*).

Esta tradición entró a formar parte del periodismo anglosajón con la conocida “fórmula de las 5 W base de un buen fragmento periodístico.

El modelo comunicativo de Harold Lasswell

EL PARADIGMA DE LASSWELL				
Who?	Says What?	In What Channel?	To Whom?	With What effect?
¿Quién?	¿Dice qué?	¿Por qué canal?	¿A quién?	¿Con qué efecto?
COMUNICADOR	MENSAJE	CANAL	AUDIENCIA	EFECTO
Análisis de control	Análisis de contenido	Análisis del medio	Análisis de audiencia	Análisis de efecto

Figura 5. El modelo comunicativo de Lasswell
Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

1.2.5. El modelo comunicativo de Wilbur Schramm

Teórico e investigador americano en el sector de los media, sus aportes han ejercitado una sustancial influencia en el elevar el estudio de las comunicaciones a una reconocida disciplina académica; en ese sentido, figuran la constitución, de parte suya, del Institute for Communications Research de la Universidad de Illinois (1948) y de un análogo Centro en la Stanford University (1955), los volúmenes escritos en múltiples áreas de investigación y, aquella de la polarización de estudiosos – de la psicología, de la sociología, de las ciencias políticas – hacia los problemas mediales. El gráfico propone con fuerte evidencia la “circularidad” del comunicar humano.

El modelo comunicativo de Wilbur Schramm

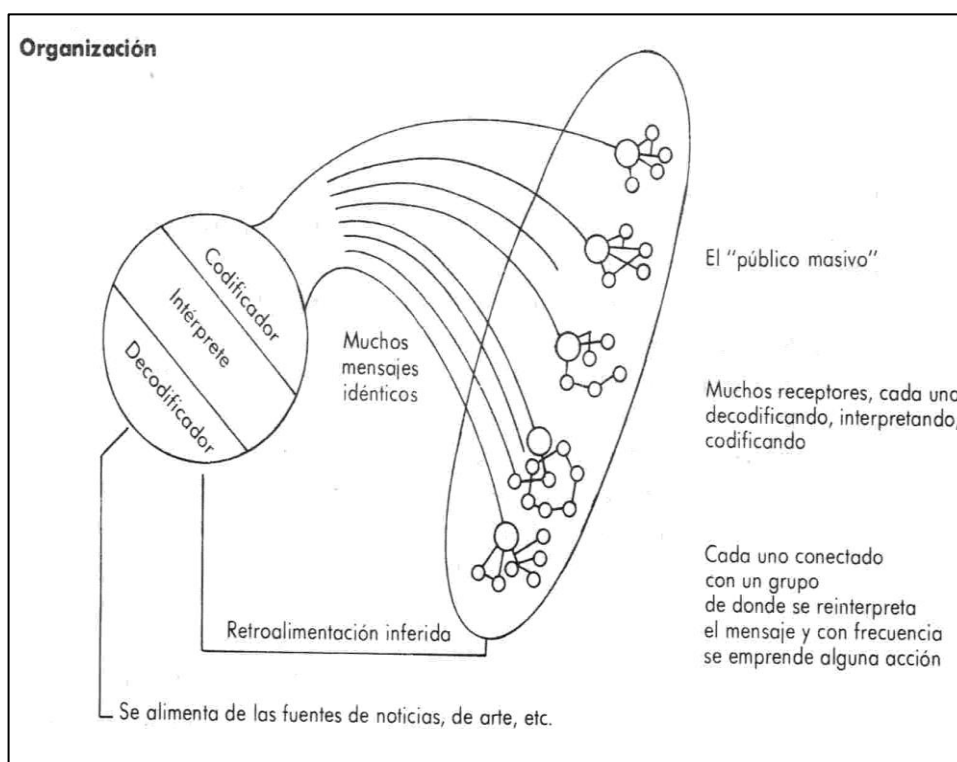


Figura 6. Modelo comunicativo como disciplina académica

Fuente: <http://www.lapaginadelprofe.cl/modeloscom>

1.2.6. El modelo comunicativo de Roman Jakobson

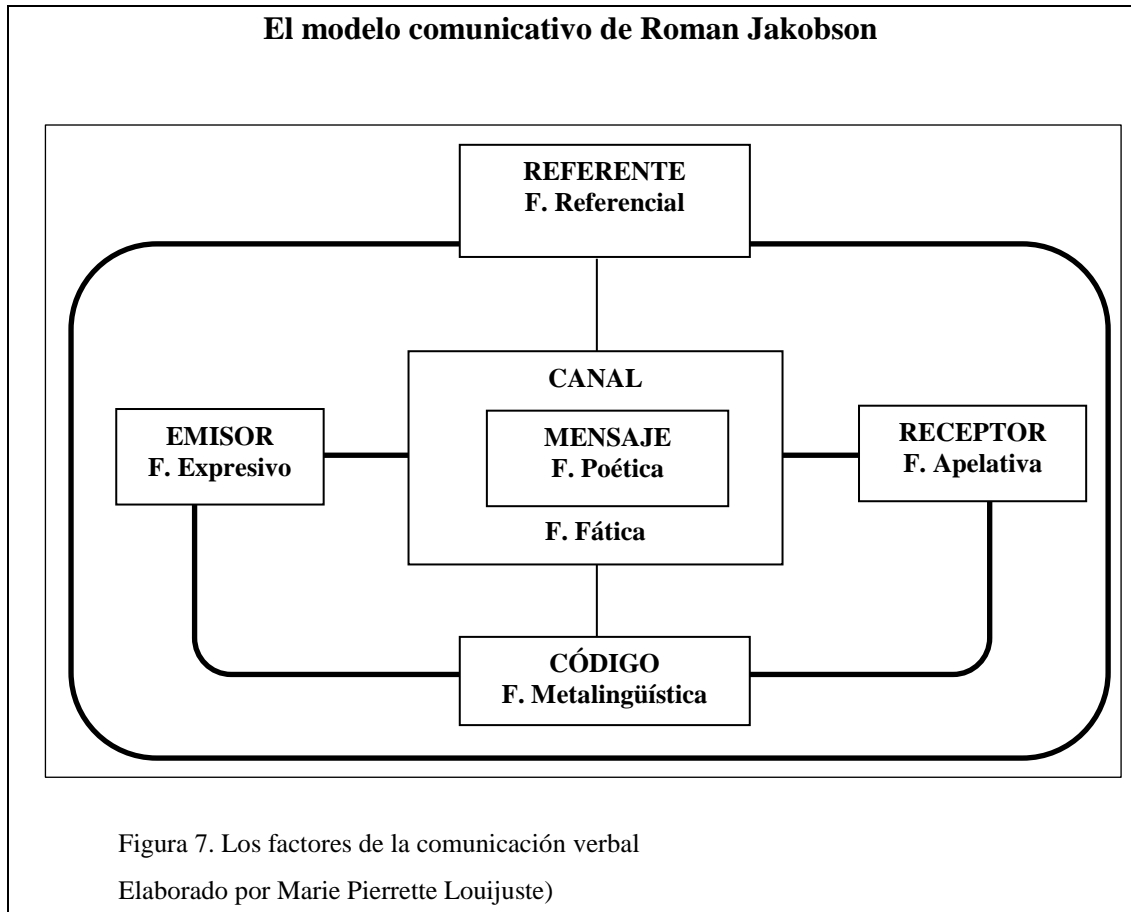
Esta teoría presupone sustancialmente que el lenguaje sea comparado a un “instrumento”, con una determinada función; pero, a diferencia de un instrumento banal, el lenguaje para Jakobson asume contemporáneamente seis funciones.

Podría parecer sin sentido la elección de este número, pero sin embargo, es justificada por la consideración que los componentes involucrados en un proceso comunicativo son seis: cinco aquellos indicados en el modelo de Shannon y Weaver (Emitente, Receptor, Canal, Código y Mensaje; esto último aparecía en el modelo de Shannon y Weaver como Señal), a eso debe ser agregado un ulterior componente, el Contexto o Referente, entendido como la entidad, o la serie de entidad, hacia cada comunicación.

Jakobson (1966) afirma que:

El lenguaje debe ser estudiado en toda la variedad de sus funciones. Para trazar un cuadro de estas funciones, es necesario un elenco de factores constitutivos de cada proceso lingüístico, de cada acto de comunicación verbal. El emiteente envía un mensaje al destinatario, para ser efectivo, el mensaje requiere, en primer lugar, la referencia a un contexto que pueda ser aferrado por el destinatario, y que sea verbal, o susceptible de verbalización; en segundo lugar exige un código enteramente, o al menos parcial, común al emiteente y al destinatario (o, en otros términos, al codificador y al decodificador del mensaje); en fin un contacto, un canal físico y una conexión psicológica entre el emiteente y el destinatario, que les permita a ellos establecer y mantener la comunicación.

Los diversos factores de la comunicación verbal que no se pueden suprimir pueden ser representados esquemáticamente de la siguiente manera:



1.3. Las dimensiones de la comunicación

Si para Fiske, pocos pueden definir satisfactoriamente la comunicación, para Pier Cesare Rivoltella en su obra “Teoria della comunicazione” (citado por (Coordinatrice 2.0 Corso di formazione on-line per Coodinatrici di Comunicazione Sociale delle Figlie di Maria Auxiliatrice, Modulo I, 2013) dice que hay cuatro dimensiones macro que se evidencian en primer plano en el proceso de definición de comunicación:

- la dimensión informativa
- la dimensión relacional
- la dimensión participativa
- la dimensión explorativa

Cada una de estas dimensiones tiene un objetivo específico en el proceso de comunicar; para entender mejor la comunicación en sus múltiples facetas hay que tenerlas en cuenta como lo explica Rivoltella.

1.3.1. La dimensión informativa

Técnicamente, la comunicación es eso: informar, dar a conocer. Esta dimensión: “Permite a la comunicación de *poner a alguien al corriente de algo*, en sentido de hacer saber, para informar, para hacer notorio algo. Es el sentido más técnico de la comunicación según las ciencias de la información y, a través de ellas, de las humanidades y las ciencias sociales, en particular de las disciplinas de la comunicación y el entretenimiento”. (FMA, 2014, pág. 9)

1.3.2. La dimensión relacional

Se habla aquí de la comunicación humana, persona e interpersonal con todo el lenguaje de los signos etc. Dice:

Esta dimensión evidencia en la comunicación la importancia de la relación, de *estar en relación con alguien*. Desde el punto de vista técnico, respecto al paso de información, noticias, se agrega el componente antropológico, que interpreta en la comunicación la

primacía de la relación, la apertura a otro, del encontrarse con otro. En este sentido se entiende como una interacción que implica la *dimensión afectiva* y encuentra en la metáfora del *diálogo* una eficaz categoría interpretativa. (FMA, 2014, pág. 9)

1.3.3. La dimensión participativa

Los ritos, memorias, representaciones del proceso de la comunicación entran en esta dimensión. Rivoltella dice:

Esta dimensión, recuperando la etimología latina de la palabra, comunicar (común, hacer o actuar) permite leer el fenómeno en el sentido de la puesta en común, del participar íntimamente de algo o de alguien. Así que nos adentramos en una lógica cognitivo diferente, de tipo celebrativo y ritual (área de pertenencia); esta inicia una dinámica comunicativa centrada en los procesos de representación y reconocimiento y encuentra en la memoria de una categoría interpretativa fuerte. (FMA, 2014, pág. 10)

1.3.4. La dimensión explorativa

Explorar, conocer, localizar son tipos de comunicación por búsqueda personal o colectiva para ponerse en contacto y conocer de otra manera. Como le dice Rivoltella:

El término comunicación decanta en esta dimensión en el sentido histórico y geográfico, de la migración, el nomadismo, tanto físico como intelectual. Es ponerse en forma personal de frente a las cosas, desde el punto de vista del conocimiento. En este caso, podemos comprender la experiencia de la "navegación" en un hipertexto o Red. Es una experiencia vista desde una perspectiva heurística (área de conocimiento), la comunicación / navegación se expresa en la dialéctica localización/des-localización y el viaje es una metáfora que le permite la comprensión. (FMA, 2014, pág. 11)

1.4. Nuevos conceptos de comunicación desde el pensamiento de la iglesia

Finalmente, vale la pena incorporar el concepto de comunicación que plantea la IV conferencia del Episcopado Latinoamericano en octubre de 1992: Santo Domingo como la línea orientadora de la tarea pastoral y educativa en la que se circunscribe el presente trabajo académico:

La comunicación es un proceso de revelación de una persona y fe en otra, u otras, que a su vez, manifiestan su acogida. La comunicación es el camino para la comunión. Comunicador es el que se revela y comunicador es el que cree, el cual al manifestar su fe se convierte en revelador y, a su vez, el primer revelador se convierte en creyente de la acogida brindada por el otro. (De Arce Ysern, 1993, pág. 112)

En este sentido, la comunicación es revelación, entrega y solidaridad a la manera de Aquel (Jesús-Cristo) que hizo el camino del cielo a la tierra para comunicar el amor de Dios al ser humano. Además, viviendo sencillamente en su tierra, vivía al servicio de los demás dándoles dignidad como persona única e irrepetible comunicando el amor a todos. De este modo, la verdadera comunicación es un proceso de donación al otro, acogida del otro y comunión con el otro en el respeto de su fe, su cultura y su unicidad. Para los que han recibido el don de la fe, es una obligación y un derecho de comunicarla, al mismo tiempo un deber de recibir y compartir la de los demás en un camino de comunión.

Por comunión, Monseñor Ysern (Obispo de Ancud, Chile y presidente de comunicación en la Conferencia del Episcopado Latino Americano (CELAM) hace referencia al encuentro con los demás que es posible no por la imposición o la dominación sino por el camino de la donación y acogida; todo comunicador debe ser capaz de ponerse en lugar del otro. En el documento DECOS-CELAM, titulado: “La comunicación social en Santo Domingo”, se dice que: “La comunicación debe ser un permanente proceso de participación y comunión, mediante el cual los hombres se relacionan entre sí, con Dios y con la naturaleza, compartiendo sus valores, para enriquecer su vida personal y comunitaria”. (Decos-CELAM n.186.)

CAPÍTULO 2

LA COMUNICACIÓN, EJE VERTEBRADOR DE LA ACCIÓN EDUCATIVA DE LAS HIJAS DE MARÍA AUXILIADORA (FMA)

La legislación sobre la libertad de la prensa aparece con la invención de la escritura, y se concreta con el apareamiento de la imprenta (Gutenberg 1454). La Iglesia se ha pronunciado al igual que otros temas, sobre éste: la comunicación que es el eje de la acción evangelizadora. Desde Gutenberg hasta el Código de Derecho Canónico de León XIII en 1917, los documentos, exhortaciones y constituciones, estaban destinados a regular la prensa eclesiástica, establecer censura como cuidado a lo que se debe o no se debe publicar. El camino recorrido por las orientaciones eclesiales con respecto a la comunicación social se recogería así:

2.1. Magisterio de la Iglesia y la comunicación

- Pío XI, en 1936 con el documento “Vigilante Cura”, dio orientaciones a los obispos de Estados Unidos sobre el cine y la televisión, los nuevos descubrimientos de los hermanos Lumière. (Pérez, 1997, pág. 32)
- Pío XII en 1957 abordó el tema de los medios en numerosos discursos y mensajes; retomaría la cuestión de la moral y el cine, extendiendo su atención a la radio, y la televisión. El título de la encíclica, *Miranda Prorsus* tenía una mirada más abierta, es el primer Papa a entrar en los hogares a través de pantallas de televisión. Pío XII dijo:

Entonces, para que espectáculos de este tipo puedan cumplir su objetivo en tales condiciones, es esencial que la mente y el gusto de los espectadores estén adecuadamente adiestrados y educados, de modo que ellos puedan, no sólo captar la forma específica de cada una de las artes, sino también ser guiados, especialmente en este asunto, por una conciencia recta. Así, estarán capacitados para considerar y juzgar con madurez los diferentes temas que la película o la pantalla de televisión ponen delante de ellos. (MP 57)

- Juan XXIII (1958-1963) habló de comunicación social en 55 de sus intervenciones. En su carta Apostólica de Motu Proprio 22 de febrero de 1959 **“Boni Pastoris”** sobre los medios de comunicación social: dice: “Convertir en positivos instrumentos del bien los medios que la divina Bondad ha puesto a disposición de los hombres”. (Santa Sede, 2014). Para el Papa Juan XXIII, los medios pueden provocar graves problema de moralidad pública sobre todo en la educación de la juventud. Sin embargo exhorta todos a convertir en bien estas técnicas audiovisivas que ofrecen posibilidades de cultura, de arte y de la verdad. Como sus predecesores, Juan XXIII piensa que la radio, la televisión, el cine pueden influir en las almas si se utiliza como un don de la bondad divina.
- Resultado del Concilio Vaticano II, se publica **Inter Mirifica**, es el primer decreto conciliar promulgado por Pablo VI. Dice desde el inicio:

Entre los maravillosos inventos de la técnica que, sobre todo en estos tiempos, el ingenio humano, con la ayuda de Dios, ha extraído de las cosas creadas, la madre Iglesia acoge y fomenta con especial solicitud aquellos que atañen especialmente al espíritu humano y que han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas de todo tipo. (IM, 1)

Entre tales inventos sobresalen aquellos instrumentos que, por su naturaleza, pueden llegar no sólo a los individuos, sino también a las multitudes y a toda la sociedad humana, como son la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros similares que, por ello mismo, pueden ser llamados con razón medios de comunicación social. (Pérez, 1997, pág. 44)

- **“Communio Et Progressio”- Comunión para el Progreso:** publicado por la Comisión Pontifical para los Medios de Comunicación Social, el 18 de mayo de 1971; la comunicación social como un don de Dios para el desarrollo de los pueblos. Sin embargo este don puede ser distorsionado por malas interpretaciones de los mensajes. Dice al numeral 9:

Los instrumentos de comunicación, pueden sin duda, ayudar mucho a la unidad de los hombres; sin embargo, el error y la falta de buena voluntad pueden producir el efecto contrario: menor entendimiento entre los hombres y mayores disensiones, que engendran innumerables males. Con demasiada frecuencia experimentamos cómo, a través de los instrumentos de comunicación, se niegan o se adulteran los valores fundamentales de la vida humana. (La Santa Sede, 2014)

- Aetatis Novae-Nueva etapa, sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario de *Communio et Progressio* 1992; en este documento se habla de una evaluación crítica de los medios y sus influencias sobre las culturas originales y la respuesta pastoral a estas influencias que necesita una planificación: Por eso dice en el número 23: “Los obispos...deben buscar colaboraciones para encontrar “elementos de un plan pastoral de comunicaciones, con directivos y propuestas prácticas que incluyen las fases de investigación y programación.” (AN 23-33)
- Nuevos Areópagos: Veinte años después de la publicación de la encíclica misionera *Redemptoris Missio* (7 diciembre 1990), sigue siendo apremiante la invitación de Juan Pablo II cuando describía la situación histórica del momento, que debía inspirarse en el modelo evangelizador del Apóstol de las gentes. Hoy día se trata de discernir los nuevos areópagos de nuestro mundo. En los “ Nuevos Areópagos”, el Papa señalaba:

El mundo de la comunicación o medios de comunicación social en un mundo que es ya una aldea global, la evangelización de la cultura moderna o de la nueva cultura, la paz, el desarrollo y la liberación de los pueblos, los derechos del hombre y de los pueblos sobre todo los de las minorías, la promoción de la mujer y del niño, la salvaguardia de la creación, las relaciones internacionales. Lo más importante es que éstos y otros areópagos han de ser iluminados con la luz del Evangelio (NA 37)

2.2. La Iglesia y la Comunicación Social en América Latina desde las Conferencias Generales del Episcopado Latinoamericano

Los Documentos de las conferencias de los Obispos latinoamericanos desde Rio de Janeiro (1955), Medellín (1968), Puebla (1979), Santo Domingo (1992) hasta Aparecida (2007) tienen un aporte importante a la comunicación. La comunicación social está reconocida como una fuerza especial y como medios vitales para el trabajo pastoral de la Iglesia en América Latina; a continuación lo más destacado de cada documento conclusivo:

2.2.1. Río de Janeiro (1955)

La Primera Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Río 1955 plantea la posibilidad de difusión de la Palabra de Dios y la doctrina de la Iglesia Católica a través de la radio y la prensa; los obispos reconocen que la radio y la prensa tienen una relevancia tal que el episcopado de cada país debe tener un diario nacional y que sea atractivo capaz de llamar la atención de la gente. En el numeral 25, el documento de Río dice: “dar normas concretas y oportunas, aún en el plano diocesano, sobre la organización y el empleo del apostolado radiofónico” (Río 1955, pág. 25). De manera particular, en el punto 62 del documento, se aconseja a seguir promoviendo escuelas de periodismo para sacerdotes y para laicos. Más puntualmente, en el numeral 68 dice: “Se recomienda fervorosamente el estudio, y la fiel observancia de las luminosas enseñanzas pontificias relativas al cine, la radio y la televisión” (Río 1955, pág. 25)

2.2.2. Medellín (1968)

Las conclusiones de Medellín dedican un capítulo entero a los medios de comunicación social: se habla de los medios de comunicación social y, en particular, de su papel en relación con la Iglesia. Se consideran, juntamente con los otros medios, como instrumentos de sensibilización, sostén y guía para una participación activa y como agentes cruciales en el proceso de transformación, integración y desarrollo de la dignidad humana y crecimiento de la fe.: “En el mundo de hoy, la

Iglesia no puede realizar su misión en cada rincón del mundo si no emplea los medios de comunicación social para unir a toda la gente. “ (DM 7)

2.2.3. Puebla (1979)

La tercera Conferencia del Episcopado Latinoamericano apunta la comunicación como transmisora de cultura. En este sentido reconoce que los medios de comunicación influyen de manera fuerte sobre la vida de los pueblos difundiendo la atracción al poder, a la riqueza y el sexo: “...contribuyen a propagar el divorcio, la infidelidad conyugal y el aborto o la aceptación del amor libre y de las relaciones pre-matrimoniales” (Documento de Puebla, 1979, pág. 100). El documento de Puebla sigue relacionando íntimamente la comunicación con los medios y reconoce la importancia de este campo: “la comunicación social incide en toda la vida del hombre y ejerce sobre él de manera consciente o subliminal, una influencia decisiva”.] Un aspecto importante en Puebla es la denominación: Comunicación Grupal que se emparenta con la comunicación comunitaria y alternativa pidiendo hablar un lenguaje más accesible y comprensible a la comunidad que resulta menos costoso. (Razón y Palabra, 2014)

2.2.4. Santo Domingo (1992): Teología de la Comunicación

En el contexto de los 500 años de presencia de la Iglesia católica en América, la Cuarta Conferencia General del Episcopado Latinoamericano continuó la reflexión de la comunicación como un campo íntimo a los medios. El Papa Juan Pablo II propuso una nueva forma de evangelización en la que se toman en cuenta: la realidad de las culturas diversas, la dignidad del ser humano en su fe particular y la solidaridad; de este modo, Santo Domingo al hablar de la comunicación de la fe con alegría enfatiza: “Nos duele ver cómo muchos de nuestros fieles no son capaces de comunicar a los demás la alegría de su fe. Aquí se ve una íntima relación del compromiso comunicativo tanto del clérigo como del laico.” (Santo Domingo 1992, pág. 48).

Esta dimensión descubre al comunicador como aquel que es capaz de manifestar la fe y acoger la fe con respeto mutuo del misterio de cada persona en su interioridad:

“Comunicador es el que se revela y comunicador es el que cree, el cual al manifestar su fe se convierte en revelador y, a su vez, el primer revelador se convierte en creyente de la acogida brindada por el otro.” (De Arce Ysern. J.L. 1993. P. 110). Es este aspecto antropológico de la comunicación que destaca Santo Domingo a diferencia de las anteriores conferencias.

Además de este aspecto antropológico, Santo Domingo, prioriza este doble movimiento de ida y vuelta de la fe para acentuar la dimensión teológica de la comunicación y de allí el tema de la comunicación como comunión. Según Santo Domingo, la creación, la Encarnación-Pascua, el Pentecostés son dinámicas que permiten comprender la comunicación desde su fundamentación teológica: “La revelación de la interioridad es el primer paso del proceso de la comunicación.” ((De Arce Ysern. J.L. 1993, pág. 110). En el número 279 del documento Santo Domingo, la relación, comunión-comunicación-revelación- dialogo-intercambio-encuentro es una suma teológica importante en lo que se nota el movimiento de Dios Uno y Trino que bajo hacia la tierra por su Hijo que lleva la tierra hacia el padre:

Esta comunicación es camino necesario para llegar a la comunión (comunidad). La razón es que el hombre ha sido hecho a la imagen de Dios Uno y Trino, y en el corazón de la Revelación encontramos su misterio trinitario como la comunicación eternamente interpersonal, cuya Palabra se hace diálogo, entra en la historia por obra del Espíritu e inaugura así un mundo de nuevos encuentros, intercambios, comunicación y comunión. (Santo Domingo, 279)

En el numeral 676 del documento final de trabajo, una de las propuestas, se habla de unos aspectos importantes sin los cuales la nueva evangelización carecería de proyección:

la libre opinión pública, la formación de agentes pastorales de la comunicación, la dimensión ética de la comunicación y de la información, el apoyo y acompañamiento pastoral, la educación del sentido crítico en el uso de los medios; y la cercanía con los jóvenes que son mayores consumidores de las mensajes. (De Arce Ysern, 1993, pág. 76).

De manera novedosa, en Santo Domingo se habla de la Nueva Evangelización, forma de inculcar el mensaje de la Iglesia teniendo en cuenta la diversidad cultural de los pueblos: “Urge aprender a hablar según la mentalidad y cultura de los oyentes, de acuerdo a sus formas de comunicación y a los medios que están en uso” (DSD, 1992, pág. 20).

2.2.5. Aparecida (2007)

El último documento en que la Comunicación en la Iglesia está bien tratada es Aparecida, V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe del 13-31 de mayo de 2007. En esta Conferencia, la comunicación se mira desde la pastoral partiendo de una panorámica de las experiencias, inquietudes y perspectivas de la vida pastoral de América Latina y del Caribe y desde allí la convocación, formación discipular y misionera de los agentes, en su urgencia en la Misión. En Aparecida, al numeral 10. 3 se dice que uno de los compromisos de los obispos de América latina y caribe en este campo es: “Desarrollar una política de la comunicación capaz de ayudar, tanto las pastorales de comunicación como los medios de comunicación de inspiración católica, a encontrar su lugar en la misión evangelizadora de la Iglesia” (DA 486, 2007)

Según Aparecida, una buena pastoral misionera es comunicación que lleva a la comunión; es un medio que permite a la Iglesia avanzar en el camino de la proclamación del mensaje evangélico. La Iglesia debe acercarse a los medios con realismo y prudencia sin perder de vista que ellos no sustituyen a las relaciones personales ni la vida comunitaria. Se debe evitar la exclusión digital creando espacios de inclusión como: sitios, revistas, periódicos, con contenidos adecuados a la formación e información de todos.

2.3. Jornadas mundiales de la Comunicación Social (2010-2014)

Las jornadas de la Comunicación Social fueron inauguradas por el Papa Paulo VI con la finalidad de ser espacios de profundización de temas coyunturales de la comunicación desde el año 1967. El primer mensaje para la jornada de comunicación fue celebrado el primero de mayo del 1967. El Papa Pablo VI en su

mensaje titulado "Los medios de comunicación social" dijo: "La Iglesia quiere contribuir también al ordenado desarrollo del mundo de la comunicación; contribución de inspiración, de aliento, de exhortación, de orientación, de colaboración." (Pablo VI, 1967, párr. 3). Por eso el Concilio Ecuménico Vaticano II lo ha considerado como tema de estudio, y tanto el Decreto Conciliar sobre los instrumentos de comunicación social.

Para el presente trabajo, haré referencia a los cuatro últimos mensajes:

2.3.1. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLIV jornada mundial de las comunicaciones sociales: el sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra» (Domingo 16 de mayo de 2010)

La tarea primaria del sacerdote es la de anunciar a Cristo, la Palabra de Dios hecha carne, y comunicar la multiforme gracia divina que nos salva mediante los Sacramentos. La Iglesia, convocada por la Palabra, es signo e instrumento de la comunión que Dios establece con el hombre y que cada sacerdote está llamado a edificar en Él y con Él; en esto reside la altísima dignidad y belleza de la misión sacerdotal, en la que se opera de manera privilegiada lo que afirma el apóstol Pablo: Dice la Escritura:

Nadie que cree en Él quedará defraudado. Pues todo el que invoca el nombre del Señor se salvará". Ahora bien, ¿cómo van a invocarlo si no creen en Él? ¿Cómo van a creer si no oyen hablar de Él? ¿Y cómo van a oír sin alguien que les predique? ¿Y cómo van a predicar si no los envían? (Rm 10,11.13-15).

2.3.2. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLV jornada mundial de las comunicaciones sociales: Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital (5 de junio 2011)

Este mensaje se enfoca sobretodo en la necesidad de la Iglesia, de los pastores de considerar las redes digitales como medio de compartir además de difundir.

Transmitir información en el mundo digital significa cada vez más introducirla en una red social, en la que el conocimiento se comparte

en el ámbito de intercambios personales. Se relativiza la distinción entre el productor y el consumidor de información, y la comunicación ya no se reduce a un intercambio de datos, sino que se desea compartir. (La Santa Sede, 2014)

2.3.3. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLVI jornada mundial de las comunicaciones sociales: “Silencio y Palabra: camino de evangelización”. (Domingo 20 de mayo de 2012)

Palabra y silencio. Aprender a comunicar quiere decir aprender a escuchar, a contemplar, además de hablar, y esto es especialmente importante para los agentes de la evangelización: silencio y palabra son elementos esenciales e integrantes de la acción comunicativa de la Iglesia, para un renovado anuncio de Cristo en el mundo contemporáneo. (La Santa Sede, 2014)

2.3.4. Mensaje del santo padre Benedicto XVI para la XLVII jornada mundial de las comunicaciones sociales «Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización» (Domingo 12 de mayo de 2013)

Las redes sociales deben afrontar el desafío de ser verdaderamente inclusivas: de este modo, se beneficiarán de la plena participación de los creyentes que desean compartir el Mensaje de Jesús y los valores de la dignidad humana que promueven sus enseñanzas. El desarrollo de las redes sociales requiere un compromiso: las personas se sienten implicadas cuando han de construir relaciones y encontrar amistades, cuando buscan respuestas a sus preguntas, o se divierten, pero también cuando se sienten estimuladas intelectualmente y comparten competencias y conocimientos. Las redes se convierten así, cada vez más, en parte del tejido de la sociedad, en cuanto que unen a las personas en virtud de estas necesidades fundamentales. (La Santa Sede, 2014)

2.3.5. Mensaje del santo padre Francisco para la XLVIII jornada mundial de las comunicaciones sociales “Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro” (Domingo 1 de junio de 2014)

Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros.

Necesitamos resolver las diferencias mediante formas de diálogo que nos permitan crecer en la comprensión y el respeto. La cultura del encuentro requiere que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros. Los medios de comunicación pueden ayudarnos en esta tarea, especialmente hoy, cuando las redes de la comunicación humana han alcanzado niveles de desarrollo inauditos. (La Santa Sede, 2014)

En particular, el mensaje considera que internet puede ofrecer mayores posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos; todo eso está muy bueno porque es un don de Dios.

2.4. La Comunicación en la Congregación Salesiana

Las Hijas de María Auxiliadora (FMA) es una institución religiosa que tiene un sistema de organización propia basada en el directorio de la Iglesia para los Institutos de vida consagrada. Sin embargo según el carisma y la forma de funcionamiento tiene su particularidad. Funciona bajo las constituciones y reglamentos aprobados para la Sagrada Congregación para los Religiosos e Institutos Seculares. En el decreto de aprobación de las Constituciones y reglamentos se dice: “Las Hijas de María Auxiliadora tengan siempre presente la afirmación de San Juan Bosco: la observancia de las Constituciones asegura el cumplimiento de la voluntad de Dios, la vitalidad del espíritu salesiano y la unidad del Instituto.” (Constituciones FMA, 1982, 11). Las constituciones y reglamentos definen nuestra Identidad, nuestra formación y el servicio de autoridad en el Instituto.

El 04 de octubre del 2012, L'Osservatore Romano en italiano publicó la homilía del Cardenal Secretario de Estado Tarcisio Bertone, en una misa de acción de gracias con motivo de los 75 años de su presencia de la congregación salesiana en el Vaticano, y de servicio a la Santa Sede con este título: "tras las huellas de Don Bosco en el campo de la comunicación." El cardenal dijo textualmente:

Pionero de la comunicación social, Don Bosco había incluso comprado a Mathi, en la provincia de Turín, una famosa papelería para obtener una buena idea del proceso de funcionamiento de la prensa y por lo tanto la distribución de los libros basados en la evangelización y la promoción cultural. Había querido encajar en el mundo de los medios y la comunicación, como él dijo, a la vanguardia del progreso. (Zenit, 2012)

2.4.1. Don Bosco comunicador

Desde el origen de la congregación salesiana, la comunicación ha ocupado un lugar importante. Don Bosco mismo dijo: “{...} Si uno hace hasta milagros rezando día y noche y estándose en su celda, el mundo no hace caso y no cree en ello. El mundo necesita ver y tocar”. (Leymoine J.B. 1981 Vol. XIII, p. 116). En las Memorias del Oratorio se encuentra que Don Bosco decía: “Estamos en tiempos en los que hay que actuar. El mundo se ha convertido en material, por eso hay que trabajar y dar a conocer el bien que se hace”. (Ídem p. 118) En las relaciones interpersonales, el clima de familia, la manera de crear opinión pública y producir cultura, hicieron de Valdocco un lugar de comunicación.

En su última carta circular número 937 sobre la comunicación, la actual superiora general de las Hijas de María Auxiliadora dice con razón:

Don Bosco fue un gran comunicador a nivel todavía más amplio. Supo valorar todos los medios disponibles en su tiempo para que el mensaje llegara a miles de jóvenes, a fin de poderlos formar buenos cristianos y honrados ciudadanos. Además de los numerosos textos escritos, contaba con su capacidad de llegar al corazón de los jóvenes a través de medios ordinarios

de gran intensidad humana y educativa: “la palabrita al oído”, los carteles colocados en los ambientes frecuentados por los jóvenes, las palabras personalizadas a quienes tenían mayor necesidad de ellas, los encuentros y los diálogos, las cartas, las varias expresiones comunicativas desgranadas en el transcurso de los días, las varias publicaciones, el Boletín Salesiano. Don Bosco era un genio de la comunicación, porque tenía una pasión en el corazón y no podía dejar de compartirla.” (Reungoat, 2013, párr.2)

Muchos escritos sobre Don Bosco le llaman: publicista, apóstol de la buena prensa, escritor, editor. Etc. Arthur J. Lenti, en el volumen dos del libro “Don Bosco historia y carisma”, hablando de la manera cómo Don Bosco entró en el campo de la grande libertad de la prensa y las producciones de su época, dijo: “como editor, Don Bosco entraría en la escena en 1862 con el establecimiento de la imprenta y de la librería.” (Lenti, 2011, pág. 146)

En su famosa carta a los Salesianos, Don Bosco habla con facilidad de la comunicación sin tener los temas técnicos de hoy día, sino de su tiempo:

A través de los años no he escatimado esfuerzos, bien de palabra que o por escrito, para ayudar a una clase de la sociedad en particular: los jóvenes. Con las Lecturas Católicas he tratado de llegar a la gente en general y entrar en sus casas, pero al mismo tiempo intenta dar a conocer el espíritu que dominaba en nuestros colegios e incitar a los jóvenes a la virtud a través de escrito. (Lenti, 2011, pág. 164)

Aquí se puede apreciar que Don Bosco utiliza la comunicación organizacional con sus dimensiones:

- Informativa: dar a conocer
- Relacional: entrar en su casa
- Participativa: incitar los jóvenes a la virtud
- Explorativa: llegar a la gente...

Con el pasar del tiempo, los sucesores de Don Bosco no se cansan de hacer la misma exhortación a la congregación en el campo de la comunicación. En un documento

llamado: “La comunicación en la misión salesiana, con eslogan interpelativo como: Pongámonos en onda, con la Iglesia y con el Carisma.” Don E. Vecchi dijo:

Cuando tratamos de imaginar cómo será nuestra vida y la de los jóvenes en el siglo próximo, nos viene espontáneo el pensamiento del desarrollo que puede tener la comunicación social... Los medios de la comunicación social forman ya parte indispensable de nuestro bagaje personal, como incorporados a nuestro modo de vivir: periódicos, radio, TV, teléfono móvil, ordenador, internet, congresos y encuentros, espectáculos, acontecimientos culturales y fenómenos de prensa marcan nuestras jornadas. (Vecchi,1999, pág.1)

Sin Embargo, Don Vecchi, exhorta a ponerse en la línea de la Iglesia y del carisma salesiano teniendo en cuanto los documentos de la Iglesia sobre la comunicación desde Pablo Sexto hasta Juan Pablo Segundo y las jornadas mundiales de Comunicación Social. Retomando una frase de Redentoris Misio de Juan Pablo Segundo del año 1990 al numeral 37, Don Vecchi dice:

Del abundante magisterio de Juan Pablo II, considerado no sin razón un gran comunicador, ponemos de relieve el segundo punto que va más allá de la capacidad extensiva de los MCS y nos introduce en una visión más sustancial: la comunicación social como cultura. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aún antes que los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos. (Vecchi, 1999, pág.3)

La experiencia comunicativa no se ha quedado en el inicio; en marcha con el tiempo y la Iglesia, la congregación sigue impulsando de año a año la perspectiva comunicativa. El último rector mayor de la congregación salesiana, el padre Pascual Chavez, por su parte estimula a seguir los pasos de Don Bosco en una carta titulada: Con el coraje e Don Bosco; en las nuevas fronteras de la comunicación social, dijo: “No se trata sólo de ver cómo comunicamos, qué medios utilizamos, a qué lenguajes

recurrimos, con qué cultura comunicamos; es preciso también prestar atención para ver si estamos comunicando el carisma.” (Chavez, 2005, pág. 20)

2.4.2. María Dominga Mazzarello comunicadora

Aquella que va a devenir la cofundadora, la primera salesiana, María Mazzarello, nació el 9 de mayo del 1837 a Mornese, un pueblo campesino del Norte de Italia, en una familia cristiana. La primera relación de María Dominga Mazzarello con Don Bosco está hecha en un ambiente comunicacional. Don Bosco visita un pueblo por primera vez con el objetivo de empezar un colegio para los jóvenes varones del lugar; por su parte, María Dominga, empezó un taller para las Jóvenes de su pueblo sin embargo el objetivo fue de apartarles de los vicios de la sociedad y llevarlas a amar al Señor. Con ocho señoritas de su familia y su aldea, formaron “Las Hijas de la Inmaculada” sobre la dirección de Don Pestarino, el cura de Mornese. A primera vista, la joven María Dominga exclama: “Don Bosco es un santo, y yo lo siento.”(FMA, 1864, pág. 128). Don Bosco encontró esta raíz lista para la base de la rama femenina de la congregación salesiana.

Con su intensa deseo de comunicar, María Dominga Mazzarello aprendió a escribir a los 35 años de edad. Solo sabía leer en la biblia, escuchando a su padre y según la sabiduría propia de mujer abierta a la cultura defiendo la mentalidad de su época.

Se puede decir que la razón de ser de la congregación salesiana es la comunicación en todo su sentido: relacional, interpersonal, cultural, organizacional, pedagógica y pastoral. Como le dijo sor Piera Cavaglià: (DMA, 1995, 7/8.)

El Instituto se presenta como una red de relaciones siempre más extensa, intensa, envolvente, finalizada no sólo a transmitir contenidos, sino a instaurar una serie de relaciones interpersonales, con una finalidad pedagógica y pastoral. El Instituto camina hacia un mayor conocimiento del fenómeno comunicativo y afrontar los retos que este presenta a la educación. Se trata de crear una “nueva mentalidad.

A Santa María Dominga Mazzarello, se reconoce mujer de comunicación por su gran apertura de corazón y de horizonte, sus numerosas cartas a las hermanas, su

humildad para compartir cargas y el famoso “espíritu de Mornese instituido por ella, la alegría, la fiesta y el teatro. Con un espíritu de comunicar el Evangelio y el carisma a otros pueblos, ella no vaciló a mandar hermanas en Francia luego a América; guardaba contacto con ellas por sus cartas de carácter y contenido comunicacional por la exposición de su personalidad sobria, fresca, sin artificios, expresiva. En las cartas es igualmente clara la descripción de hechos y en la manifestación de juicios prudentes acerca de personas y situaciones. En la mayor parte de los casos la expresión verbal denota la inmediatez conversacional del lenguaje: repeticiones, incorrecciones gramaticales, impropiedad en las concordancias, interrupciones debidas a la espontaneidad con que fluye el discurso y a menudo a la velocidad del pensamiento. La estructura de las cartas es sencillísima. Después del saludo característico, que se atiene a las costumbres monásticas y en vigor en el Instituto, sigue el encabezamiento de la carta, la fecha y el cuerpo del escrito. Al dirigirse a las FMA, la Madre da en primer lugar noticias de la comunidad de Mornese o de Nizza Monferrato, donde reside, o bien de otras casas visitadas por ella. Generalmente, se dirige a sus hijas con recomendaciones sobrias, pero adecuadas, sobre todo de carácter ascético-formativo.

Un ejemplo de su apertura comunicativa es esta carta que escribió Madre Mazzarello el 29 de diciembre 1875. En ella se destaca su deseo de bien comunicar sin olvidar detalles, dando noticias con precisiones, como los nombres de cada postulante, emplea expresiones que prestan a equivocaciones como: mapamundi, tierras tropicales, la diferencia de horas y de clima, la diferencia en la forma de festejar Navidad en América y en Europa. La necesidad de estudiar el español para poder viajar a América es un trato que dice que la comunicación del Evangelio y la cultura era bien clara en sus recomendaciones. Esta carta # 4 era destinada a Don Juan Cagliero. Don Juan Cagliero había sido nombrado por don Bosco en 1874 primer director general de las FMA, esto es, responsable a nivel organizativo y formativo del nuevo Instituto religioso, partido el 11 de noviembre para Argentina, como guía de la primera expedición de misioneros salesianos Fue consagrado obispo en 1884 y nombrado cardenal en 1915. Murió en Roma el 28 de febrero de 1926. Dice:

2. Nos parece un siglo que no le vemos ni recibimos cartas suyas; cada día le seguimos en sus viajes en el mapamundi y nos lo imaginamos

ora aquí, ora allá por el movedizo elemento. Pero ahora esperamos que con la ayuda de Dios habrá llegado ya felizmente al puerto, y esperamos ansiosas una larga carta con detalles de su viaje, de cómo se encuentra ahí, etc., etc., y de cuándo irán las Hijas de María Auxiliadora. Cuando nos escriba, ya nos dirá si no les parece raro celebrar las fiestas navideñas y comenzar el año en verano. A mí me parece que no serán tan bonitas estas fiestas en esa estación, ¿será verdad? La nieve que cubre nuestros campos y el silencio que reina por doquier dan una clara idea del Niño Dios reclinado en un pesebre, abandonado de todos y tiritando de frío. Pero a pesar de esto, si Dios quisiera que alguna de nosotras fuera a celebrar el nacimiento del Niño Jesús en esa lejana región que se llama América, iríamos todas con mucho gusto.

3. Ahora paso a darle noticias de la casa; algunas son consoladoras, otras tristes. Empecemos por las alegres: el primer domingo después de la fiesta de la Inmaculada el Rvdmo. Señor don Rúa se dignó venir e impuso el hábito a quince postulantes que son éstas: Beatriz de Pocapaglia (una superviviente), María, Luisa (de Alessandria), Celestina Riva, Justina de Mornese, Orlandi, Ursula, Lucía y Lucrecia de Caramagna, Vicentita de Santa Margarita, Juana Borgna, Mina, Lucía de Lú [Monferrato], Carmela de Ovada, Dominica Roletti, también de Caramagna. En el mismo día se celebraron también seis profesiones: sor Rosalía, sor Tamietti, sor Clara, sor Nasi, sor Luisa de Valenza y sor Josefina.

12. Mientras yo escribo, V.S. estará seguramente en la cama, pues aquí son las diez de la mañana. Las niñas, al oír esto, se ríen, y quieren que le diga algo de su parte; en primer lugar le diré que son veinticinco, más buenas de lo que se puede imaginar, es decir, quieren serlo, y por esto también se encomiendan a sus oraciones, prometiendo no olvidarle en las suyas. Preparen una casa muy grande para nosotras, ya que las educandas también quieren hacerse misioneras.

13. Otra noticia: al oír hablar siempre de la bondad del Sumo Pontífice, le hemos escrito felicitándole las Navidades.

14. Tenga la bondad de mandarnos pronto los libros de español para poder estudiar y estar preparadas a la primera llamada. Quisiera poder mandarle un poco del fresco que aquí tenemos en abundancia, pero como no es posible esperamos que usted nos envíe por el Ángel de la Guarda mucho calor de ése que irradia el Niño Jesús. (L. 4)

De Madre Mazzarello hasta hoy día, la comunicación pasa a ser el alma de la misión de las Hijas de María Auxiliadora como de la congregación en general; las sucesoras de Madre Mazzarello continuaran este estilo comunicacional encarnado en lo llamado “espíritu de Mornese” vivido dentro y fuera de la primera fundación a Mornese.

En las cartas de Madre Mazzarello encontramos las características de este espíritu: un estilo realista, espontáneo y transparente. Su pluma escribe la vida, los valores, las convicciones, interpela a quien lee a comprometerse, cerca o lejos, por los mismos intereses del Reino. Traduce la paciente escucha de la vida en acogida de la diversidad, la búsqueda de la verdad en energía para el bien de todos. (FMA, 1996, pág. 78).

2.4.3. La comunicación epistolar

La carta es una forma de comunicación escrita retrasado en el tiempo: hay un desfase entre el momento en que se escribe y cuando se lee.

La carta simula un diálogo que también se retrasa; ayuda a establecer contacto entre:

- El emisor es la persona que escribió la carta. También se le llama el autor de la carta. Es nombrado por los pronombres personales "yo" o "nosotros".
- Beneficiario, receptor o destinatario: la persona a quien se dirige la carta; que es designado por el pronombre persona "usted" o "tú".

“Para entender una carta debe identificar claramente las condiciones en que fue escrito, quién lo escribió? a quién va dirigido? ¿Cuándo? ¿Dónde? Estos cuatro elementos son la posición de enunciación de la carta”. (Camille-Claudel-Latresne, 2014)

Toda carta presenta un código de presentación a medida que la carta hace una comunicación tardía entre el remitente y el destinatario, su presentación y la escritura se rigen por las reglas que hacen que sea comprensible a pesar del tiempo transcurrido. Arriba a la derecha de la página se muestra el lugar y la fecha de la escritura. Dentro de una carta, según el estilo, las características, la claridad del fondo, se puede destacar también sentimientos, gestos, expresiones del emisor. Con razón Palumbieri dijo:

Una carta es siempre la grabación de un fragmento de vida interior. Tantas como son las cartas, serán las piezas de mosaico para reconstruir un rostro, a partir de expresiones de momentos de interioridad, verdaderos fragmentos de intimidad. No sin razón los epistolarios, no tanto los predestinados a la publicación, sino los que han sido conseguidos en una recogida de testimonios no prevista, han sido considerados desde la antigüedad espejos del corazón. (Palumbieri S. 1991)

En un documento conjunto escrito por tres Hijas de María Auxiliadora sobre las cartas de María Mazzarello, se estudia en detalle, el estilo, las características etc., de sus múltiples cartas. Aquí, algunas partes que relevan su estilo comunicacional:

Cada carta es como un amplio horizonte que se abre no sólo sobre la vida de María Mazzarello, sino también sobre las primeras comunidades de FMA comprometidas en un radio de acción al principio más bien restringido, pero destinado a dilatarse hasta los confines más remotos del mundo, allí donde surgían peticiones de educación, de cultura, de fe, de promoción integral de la persona. (Posada & Costa & Cavaglià, 1994, pág 42)

El estilo comunicacional de María Mazzarello denota la intención de quien quiere hacerse entender, formar, informar, estimular a la participación y relacionarse con las personas con sencillez. Es lo mismo que hemos visto más allá en las características de la comunicación organizacional:

- Informativa: Dar a conocer
- Relacional: entrar en su casa, conocerse
- Participativa: incitar los jóvenes a la virtud, a la alegría, al estudio
- Explorativa: llegar a la gente, cumplir una misión en tierra extranjera (Patagonia, Uruguay)

En el mismo documento, se expresa el fondo de las cartas. El estilo de las cartas es típico de quien dialoga con el interlocutor de modo familiar, o mejor, confidencial... En la mayor parte de los casos la expresión verbal denota la inmediatez conversacional del lenguaje: repeticiones, incorrecciones gramaticales, impropiedad en las concordancias, interrupciones debidas a la espontaneidad con que fluye el discurso y a menudo a la velocidad del pensamiento.

La estructura de las cartas es sencillísima...Al dirigirse a las FMA, la Madre da en primer lugar noticias de la comunidad de Mornese o de Nizza Monferrato, donde reside, o bien de otras casas visitadas por ella. La conclusión es concisa y esencial; la firma, en la mayor parte de los casos, es autógrafa y va acompañada de expresiones significativas, que denotan el profundo afecto de la Madre por sus hijas (Posada & al. 1994, pág. 42)

De este tiempo, en donde las pioneras buscaban caminos nuevos para la educación de las jóvenes, hasta hoy la búsqueda, el puesto en día sobre las vías de la comunicación no cesan. De las exhortaciones, continuando el estilo de Madre Mazzarello a través de las “cartas circulares” y sobretodo en los capítulos generales, la comunicación del Instituto esta en continua renovación.

2.5. Breve recorrido: cuadro recapitulación de la comunicación desde el CG VIII

En Septiembre del año 1922, el Capítulo General VIII fue el primero a enfocarse en un ambiente comunicativo dentro de la comunidad, en el oratorio para las estudiantes para crear relaciones positivas, atraer a más niñas y jóvenes para una comunicación personalizada. Según Don Felipe Rinaldi que presidía este capítulo, todos los medios deben ser tenidos en cuenta: libros, dibujos, carteles, música, teatros, películas, revistas etc. Sin embargo, es necesario saber elegir según los criterios educativos del carisma. De las películas, Don Rinaldi dijo: “Pero, cautela, en la elección de las películas; es caso raro encontrarlas morales. Se prestan mejor las proyecciones fijas que, con buenas, geniales explicaciones, pueden hacerse más útiles y atrayentes todavía” (FMA, 1922, pág. 41).

Esta primera vez fue el punto de partida para el camino de la Comunicación en el Instituto a través de los Capítulos. Se presenta a continuación el recorrido de las propuestas comunicativas en este cuadro.

Tabla 1.

Cuadro recapitulativo de la comunicación desde el CG VIII

Fecha	# del capítulo	Ámbito/ Asesor	Propuestas comunicativas
Nizza, Septiembre 1922	CG VIII	Madre general Caterina Daghero (1881-1924) /Don Felipe Rinaldi	La importancia de la “buenas noches”, utilizar todos los medios pero con cuidado sobre todo las películas: “Pero, cautela, en la elección de las películas; es caso raro encontrarlas morales. Se prestan mejor las proyecciones fijas que, con buenas, geniales explicaciones, pueden hacerse más útiles y atrayentes todavía”
Nizza, 1928	CG IX	Madre general Luisa Vaschetti (1924-1943) /Don Felipe Rinaldi	Desconfianza respecto al uso, por parte de las FMA, de la radiofonía y del cine. Se quiere la unidad en las publicaciones. Don Bosco no quería otros boletines que “el Boletín salesiano” para que sea más atractivo e suscitar la atención.
Turín, Julio de 1934	CG X	Madre General : Ermelinda Lucotti/ Don Pedro Ricaldone	Más flexibilidad en el uso de los medios de comunicación para las jóvenes que las hermanas. Misma desconfianza al cine,

			<p>organización de la buena prensa con las jóvenes... “se aprecian a las FMA de América Latina que han compuesto varios volúmenes con interesantes argumentos para el teatro.”</p>
Turín, Julio de 1947	CG XI	Madre General : Ermelinda Lucotti / Don Pedro Ricaldone	<p>“...Serán los teatros y las reuniones de los padres las ocasiones para dar a conocer las publicaciones salesianas. Para organizar los teatros se aconseja invitar a las Hermanas que tienen la capacidad. Los contenidos han de ser argumentos de actualidad, morales y educativos. En este Capítulo, se aprecian a las FMA de América Latina que han compuesto varios volúmenes con interesantes argumentos para el teatro.</p>
Turín, Julio de 1953	CG XII	Madre General : Ermelinda Lucotti / Don Renato Ziggiotti	<p>“...se pide que la Revista <i>Primavera</i> siga llevando notas interesantes sobre la orientación de la actividad profesional y casera de las muchachas. Se pide la ayuda de los Salesianos para la preparación de textos de cultura, atención a los libros.</p>
Turín, Septiembre de 1958	CG XIII	Madre General : Ermelinda Lucotti / Don Renato Ziggiotti	<p>Incremento del teatro como estrategia pedagógica del control de uno mismo, estrategia de nobles sentimientos que ayuda a hablar en público. Se permite las danzas coreográficas y folclorísticas, el cine fórum para desarrollar el sentido crítico de las jóvenes. Es Madre Linda Lucotti la que permite en 1957 la adquisición de un aparato proyector.</p>
Turín, 1964	CG XIV	Madre General : Angela Vespa / Don Renato Ziggiotti	<p>Se hace explícita la referencia al Decreto conciliar <i>Inter mirifica</i> (4-12-1963) sobre los Instrumentos de la Comunicación Social (ICS) promulgado por el Papa Pablo VI. Las FMA participantes en el CG XIV afirman que la preparación específica de las Hermanas es una tarea urgente también para educar el tiempo libre de las jóvenes.</p>
Roma, Dura 4 meses	CG XV (especial)	Madre General : Angela Vespa / Don Luigi Ricceri /122 FMA de 54 Naciones	<p>Toma en consideración la educación integral de las jóvenes ante algunos fenómenos sociales como los Instrumentos de la Comunicación Social.</p>

			<ol style="list-style-type: none"> 1. Empezando por las casas de formación, las Hermanas recibirán una oportuna instrucción sobre las finalidades apostólicas de los I.C.S. 2. Las Hermanas responsables de los Instrumentos de la Comunicación Social tendrán una especial instrucción y formación 3. Tal formación de las Hermanas tiene como fin la tarea educativa, 4. Las normas concernientes a la educación para los I.C.S. y relativo uso, se precisarán en el reglamento propio.
1975 Roma, 17 abril- 28 julio	CG XVI	143 capitulares de 65 inspectorías / Don Luigi Ricceri	<p>Tiene por tema la formación en el dominio de la comunicación, desarrollar un espíritu crítico frente a los medios, favorecer la participación y la importancia de conocer el lenguaje de las imágenes. La formación es urgente para habilitar a las Hermanas:</p> <p>“1. [...] a conocer con precisión la naturaleza característica de estos medios de comunicación;</p> <p>2. a formarse a su uso en vista del Reino de Dios y de un anuncio más pertinente de su Palabra hoy;</p> <p>3. a liberarse y a liberar a las jóvenes de más posible de la esclavitud mental con una clara metodología que enseñe a leer en el interior de las comunicaciones continuas de los medios de comunicación</p>
Roma, Final 1981 – comienzos 1982	CG XVII	Madre General : Ersilia Canta (1969-1981) Las capitulares y representantes de las inspectorías. / Don Egidio Vigano	Las FMA se han de comprometer más en el uso de los ICS como medios de evangelización y especifica los sectores concretos como la prensa, la radio y la televisión.
Roma, 24 de agosto al 29 de septiembre 1984	CG XVIII	Madre General : Marinella Castagno (1984-1996) / Las capitulares e inspectorías	Reflexiona sobre la comunicación con particular referencia a la cultura y al lenguaje de los jóvenes, entrevé e invita a valorar la aportación de los laicos en el conocimiento de la realidad juvenil.
Roma, 19 septiembre - 17 noviembre 1990	CG XIX	Madre general: Marinella Castagno / Las capitulares e inspectorías -Creación del ámbito de Comunicación	El Instituto se interroga sobre las nuevas tendencias culturales determinadas por el aparecer de la globalización. La <i>necesidad de comunicación</i> , junto a la búsqueda de sentido y a la

		Social	exigencia de solidaridad. -El constituir un <i>nuevo Ámbito</i> dentro del Consejo General: el <i>Ámbito de la Comunicación Social</i> .
Roma, septiembre-noviembre 1996	CG XX	Madre general: Marinella Castagno / Las capitulares e inspectorías	Son muchas las alusiones al mundo de la comunicación, recogidas en las Actas en un capítulo titulado <i>La comunicación auténtica</i> . La comunidad lugar de educación al sentido crítico, a la libertad de pensamiento, al asumir responsabilidades.
Roma, septiembre-noviembre 2002	CG XXI	Madre general: Antonia Colombo (1996-2008) / Las capitulares e inspectorías.	La comunión, <i>sueño de Dios y grito del hoy</i> . Una posible lectura es la de considerar la <i>comunión</i> como fuente y vértice de la <i>comunicación</i> . La necesidad de una preparación más significativa para la comunicación, la propuesta de la educomunicación.
Roma, septiembre-noviembre 2008	CG XXII	Madre general: Antonia Colombo (1996-2008) / Las capitulares e inspectorías.	El compartir de algunas perspectivas para la animación de la Comunicación Social en el Instituto. En particular se enfoca la atención a la formación de las Coordinadoras inspectoriales y/o locales de Comunicación Social ofreciendo oportunidad de encuentros formativos específicos. Potenciar la red con las coordinadoras para un intercambio recíproco. “sintonizarnos con los <i>lenguajes</i> de las nuevas generaciones según el estilo de la preventividad educativa a fin de entrar en contacto con ellos, dialogar y promover su expresión y participación”

Nota: Tratamiento del tema de la Comunicación en los capítulos generales de las Hijas de María Auxiliadora de 1922 a 2008)

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

2.6. Creación del Ámbito de Comunicación Social en el CG XIX (1990)

Después de todos los debates en los capítulos congregacionales, el Instituto vio la necesidad de que la comunicación sea más efectiva, presente y organizada, así nació un nuevo Ámbito dentro del Consejo General: el Ámbito de la Comunicación Social. “Las Actas del Capítulo ven la dimensión comunicativa en estrecha relación con la

misión educativa y con el mundo juvenil, caracterizado por la presencia de numerosas diferencias personales, culturales y sociales.” (FMA, 2013, pág. 27).

El 22 de noviembre de 2007 Sor Andrea Sosa, en el ámbito de su búsqueda para la tesis de licenciatura en Ciencias de las Comunicaciones, entrevistó a Sor Graziella Curti, primera Consejera General para la Comunicación Social en el Instituto de las Hijas de María Auxiliadora durante el período 1990-2002. Contestó a la pregunta: ¿Qué exigencias expresadas o tácitas han llevado al nacimiento de un Ámbito para la Comunicación Social en el Instituto de las FMA en 1990? Ella declara que para Madre Marinella y para algunas de las hermanas era excelente crear el nuevo ámbito para la Comunicación Social era excelente. Dijo:

Nos dábamos cuenta de que no podía subsistir un Instituto educativo que no tuviera, puesta al día, aquella particular atención a la comunicación que ya había estado desde los comienzos con Don Bosco. En los años Noventa era necesario reconstruirla en la base de las nuevas tecnologías. La conciencia de que la comunicación es una pieza importante en la misión salesiana es una realidad. Desde este tiempo, el ámbito ha trabajado en comunión con los otros ámbitos y ha llevado a cabo muchos proyectos para el Instituto: Opciones operativas, un planteamiento nuevo de la Revista mundial “Da Mihi Animas” de los años Noventa, La colección de publicaciones “El Gong (1- 2- 3- 4- 5). El Sitio Web, la propuesta de la educomunicación. Creando este ámbito, eran muy claros tres puntos importantes:

1. La necesidad de preparar y poner al día a Hermanas y jóvenes en el campo de la comunicación que hoy registra cambios rápidos y profundos;
2. la necesidad de ofrecer indicaciones y orientaciones válidas para todo el Instituto;
3. la oportunidad de una eficaz coordinación: de las publicaciones y de la producción de materiales dentro del Instituto; de la presentación – al exterior – del Instituto mismo y de sus obras apostólicas; de las

relaciones con otras instituciones que con diverso título estudian y trabajan en el ámbito de la comunicación social. (FMA, 1990, pág. 80)

2.7. Proceso/camino de la comunicación en los documentos del Instituto

Sor Giuseppina Teruggi, consejera para la comunicación social para el periodo 2009-2014 presentaba el servicio de animación de la comunicación en el instituto con las orientaciones y opciones aclarando el objetivo de un ámbito para la comunicación, relieve de la comunicación en la historia del Instituto, por qué es importante que una educadora sea también una buena comunicadora, la expresión de la comunicación salesiana (jóvenes, conexión, autoformación). Por eso en unos de los documentos principales de las Hijas de María Auxiliadora se encuentran presente rasgos específicos de comunicación. Se trata de:

- Las constituciones y reglamentos
- El proyecto formativo
- La LOME (Líneas orientadores para la misión educativa)
- La Cooperación para el desarrollo
- Las circulares de las madres generales

2.7.1. Las Constituciones

Los Artículos 68-70 presenta esta sensibilidad de Don Bosco y Madre Mazzarello para la formación integral de las y los jóvenes con la participación de toda la comunidad educativa. Es una tarea que debe asumir cada FMA en su tiempo y lugar:

Tiene la misión de asegurar la convergencia y la continuidad de la actuación educativa en la realización de un único proyecto. Y es auténtica cuando vive en comunión los ideales que anuncia; cuando es sensible a la llamada de la Iglesia y del ambiente social, y presta atención a los valores de que cada persona es portadora. (FMA, 1982, pág. 68).

Estos artículos nos orientan hacia los reglamentos numerales 59-63. Sin embargo los artículos más explícitos a la comunicación son los 60 y 61, que notan la responsabilidad de cada salesiana de educarse en todo los medios si quiere comunicar mejor con los jóvenes:

Según el espíritu de Don Bosco nos comprometeremos como educadoras a prestar una atención especial a los problemas de la comunicación social. Tenemos el deber de adquirir una clara formación en este campo, a la luz de las enseñanzas de la Iglesia, y de capacitarnos para comprender y utilizar los múltiples lenguajes con miras a la evangelización. (FMA, 1982, pág. 60).

También, como las Hermanas forman a ellas mismas, tienen que formar a las y los Jóvenes:

Mediante una educación sistemática prepararemos a los jóvenes para que sean receptores críticos, libres y exigentes, y se conviertan a su vez en animadores de la comunicación de los valores culturales en clave cristiana. Colaboraremos también con los organismos católicos que actúan en el sector de la comunicación para realizar y difundir material útil para la formación de las jóvenes. (FMA, 1982, pág. 61)

2.7.2. Proyecto Formativo

En el proyecto formativo de las Hijas de María Auxiliadora (FMA) se destaca la importancia de: “Las nuevas tecnologías de la comunicación requieren un adecuado conocimiento y gestión de las informaciones, nuevos modos de aprender y transmitir los saberes y una profesionalidad continuamente renovada y puesta al día. (FMA, 2001, pág.12)

La comunicación tiene su lugar puesto que:

Para la formación de una educadora salesiana es igualmente indispensable la Comunicación social que se traduce en educación a la interacción social, a los medios y con los medios. Se trata de adquirir un conjunto de conocimientos, proyectando un verdadero y propio currículo didáctico que se desarrolla en cursos, prácticas y trabajos de investigación. (FMA, 2001, pág.196)

Para el Instituto, formarse en comunicación social es un modo de Alfabetización en el tiempo digital teniendo en cuenta los aspectos sociales culturales políticos y económicos del mensaje; toda esta formación hay que aplicarla en el campo educativo:

Alfabetizarse en la comunicación social significa desarrollar la percepción crítica de los medios de comunicación social y del modo con el que construyen la realidad. Implica tener en cuenta los componentes sociales, culturales, políticos y económicos que están en la base de los mensajes y de los valores propuestos por los medios. Requiere la capacidad de escribir con los medios y de aplicar esta adquisición en el campo educativo. Exige la disposición a captar el significado y las implicaciones culturales de las nuevas tecnologías, que permiten intervenir con mayor conocimiento y eficacia en la educación formal y no formal. (FMA, 2001, pág.197)

2.7.3. Líneas orientadores para la misión educativa

La misión educativa de las Hijas de María Auxiliadora al nivel mundial tiene sus líneas orientativas elaboradas en 2006. Este documento traduce la realidad de las y los jóvenes y propone unas estrategias pastorales y comunicativas “para que las y los destinatarias y destinatarios tengan la vida y la vida en abundancia”. Introduciendo este documento, Madre Antonia Colombo insistía sobre el hecho de que la palabra “comunicar” en sus diferentes aspectos está y debe ser presente y orientar nuestra acción en favor de los jóvenes que buscan más y más camino para su futuro. “Desde

sus orígenes, el Instituto de las Hijas de María Auxiliadora se ha caracterizado por el fuerte compromiso de comunicar el Evangelio de la vida.” (FMA, 2006, pág. 6)

La escucha, el acompañamiento, la presencia son nuevos estilos de comunicación para cada FMA en su misión con los jóvenes, es también la aplicación concreta del Sistema Preventivo Salesiano que quiere la FMA por su presencia, su palabra al oído, su acompañamiento desarrolla la confianza de la joven a comunicar, a relacionar y a estar en imposibilidad de hacer el mal. Dice explícitamente: “Junto con la escucha, va la exigencia de comunicación. Las jóvenes y los jóvenes expresan el deseo de relación, de dialogo a través de cualquier canal, tanto de cara a cara como a través de los medios de comunicación.” (FMA, 2006, pág. 24)

2.7.4. Cooperación para el desarrollo

Es muy explícito en las líneas de este documento la comunicación como derecho, como ciudadanía, como participación como le hemos explicado anteriormente. Omar Rincón, director Centro de Competencia en Comunicación – Friedrich Ebert Stiftung y Profesor asociado de la Pontificia Universidad Javeriana y de la Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, y María Paula Saffon, investigadora del Centro de Estudios de Derecho, Justicia y Sociedad y profesora de la Universidad de los Andes y de la Universidad Nacional de Colombia, afirman que hay que convertir en conocimiento el derecho a la comunicación por el acceso y la producción de la información que deja de ser un bien público para convertirse en un derecho emergente. También una de la dimensiones de la comunicación presente en este documento es la de la información. En uno de los capítulos, se especifican elementos de la comunicación/información necesarios para una eficaz estrategia de desarrollo, con la atención a la justicia y a la paz.

Por consiguiente, resulta esencial que tanto el acceso a como la producción de información y conocimiento estén garantizados a todas las personas de manera equitativa. Sólo así podrán éstas tener igualdad de oportunidades en la sociedad de la información. Igualmente, sólo así podrá garantizarse la continuidad de la democracia en una sociedad

en la que el acceso a la información y al conocimiento es esencial para el ejercicio de la ciudadanía. (Saffon, 2007, pág. 36)

El documento Cooperación al desarrollo se ha ofrecido a la reflexión del Instituto según un criterio-base que ha guiado su elaboración: “potenciar la reciprocidad entre los pueblos, entre las distintas realidades y entre los grupos y las instituciones que trabajan en el campo de la solidaridad”. (FMA, 2006, pág.9) Esta afirmación, con la que se abre el texto, ofrece una óptica precisa que es la de la red para crear nuevas relaciones solidarias. Para la red de desarrollo (RdD) del Instituto, la comunicación/información es un instrumento de sensibilización, de transparencia y de educación. La Cooperación para el Desarrollo declara la importancia de elaborar estrategias comunicativas para construir redes de colaboración. Es una óptica precisamente comunicativa. Se motiva esta afirmación con la constatación de que: “En la era de la comunicación, de las redes y de los saberes es indispensable una cuidada política comunicativa para perseguir el objetivo de una sociedad inclusiva y realmente democrática”. (FMA, 2013, pág. 36)

2.7.5. La Comunicación en las circulares de las madres generales

Siguiendo fielmente la tradición de la primera madre general, María Dominga Mazzarello, las madres generales han guardado la manera epistolar de comunicar con los miembros de la congregación en todo el mundo. En los últimos años varias de ellas han hablado en sus cartas de la comunicación explícitamente. Desde 1914, la periodicidad de las cartas es mensual y desde la creación del ámbito de la comunicación en 1990, las madres tienen también como tema específico la comunicación:

- Madre Marinella Castagno, durante los años de su mandato (1984-1996), en seis cartas-circulares se refiere explícitamente a la temática de la comunicación: (723, 726, 738, 739, 761, 779).
- Madre Antonia Colombo, en el período de su servicio de animación y gobierno (1996-2008) hace referencia, desde las primeras circulares, al uso positivo de los

medios de comunicación social que han hecho posible el envío de mensajes de estima y confianza en la Madre y en las nuevas Consejeras Generales elegidas. El tema de la comunicación está presente en sus cartas circulares números (785, 808, 818, 864, 887)

- Madre Yvonne Reungoat (2008-2020) actual Madre General, es la que promueve más la comunicación en sus diversos ámbitos: cartas, mensajes, en la formación específica de las hermanas la creación de espacios de reflexión inter-inspectorial que lleva adelante el ámbito de Comunicación social. En América se ha creado el ECOSAM que es el Equipo de Comunicación Social de las Hijas de María Auxiliadora de América, conformado por las Coordinadoras-Coordiadores Inspectoriales del Continente, procesos educomunicativos, abiertos a la contemporaneidad, en comunión y diálogo con el ámbito de Comunicación Social del Instituto de las FMA. En sus múltiples reuniones y trabajos conjuntos, la ECOSAM produce varios documentos. Desde 1998, trabaja en conjunto con la ESA (Escuela salesiana de América de los Salesianos y las Salesianas. En los Documentos ESA 1, 2, 3 se encuentran capítulos enteros sobre la Comunicación y la Educomunicación. En 2002, ha producido: “Propuestas de Educomunicación para la familia salesiana”. Sin embargo, cada conferencia inspectorial y cada país se debe de producir su propio documento educomunicativo según su realidad y cultura.

2.8. Perspectiva del futuro

El último documento producido por el ámbito de la comunicación social está fechado al inicio del Capítulo General XXIII de las Hijas de María Auxiliadora a Roma en octubre del 2014. En este capítulo, se va a cambiar el actual equipo de comunicación. Los miembros salientes daban sus puntos de vista en que se perfilan sus sueños. La consejera, sor Giuseppina Terrugi dijo:

Cómo Ámbito, nos gusta soñar. Hermanas y laicas / laicos atentas y atentos a las nuevas culturas en una sociedad compleja, local y globalmente; que pueden contribuir en la preparación y ejecución del proyecto y la planificación inspectorial, teniendo en cuenta la óptica

comunicativa; promover una lectura crítica del contexto socio-cultural y comunicativa, en línea con la ciudadanía evangélica y mirar por el Evangelio; que saben y fomentan la interacción entre la evangelización, la educación y las nuevas sensibilidades de las culturas juveniles; que fomenten el trabajo en red y lo realizan ellos mismos; que utilizan las nuevas tecnologías de manera positiva y Crítica como recursos que ofrecen posibilidades inéditas; conocen las características técnicas y fundamentales de los instrumentos y apoyan la calidad informativa de la comunicación interna y externa de la inspección; que son capaces de establecer contactos con la realidad eclesiales, cívicas y con otras organizaciones que trabajan en el campo de la comunicación ". (Terrugi, 2014, pág. 4)

Sor Julia Arciniegas, también miembro del ámbito afirma:

En el lenguaje de las "Líneas Orientativas de la Misión Educativa de las FMA" (LOME), esto corresponde a las perspectivas pedagógicas de referencia (culturales / evangélicas / sociales / comunicativa), que permite la maduración de la persona humana, de acuerdo con el proyecto educativo típico del Sistema Preventivo. (Arciniagas, 2014, pág. 4)

La combinación de estos tres campos es el gran desafío de la cultura de hoy para la formación de "buenos cristianos y honrados ciudadanos". Por esta razón, la relación "Educación - Comunicación – Evangelización ha sido la tela de fondo de todas las propuestas de animación del ámbito de la Comunicación Social (ACS) en estos últimos períodos de seis años..."Cierro con una pregunta que deja abierta nuestra reflexión: ¿Nosotras, educadoras de carisma, estamos de acuerdo con la posición de aquellos que dicen que reinventar la educación es un reto prioritaria en este nuevo paradigma cultural?" (Arciniagas, 2014, pág. 5)

Continuando el diálogo, Sor Debbie Ponsaran, habla de la iniciativa de formar hermanas para llevar a cabo la comunicación en el Instituto:

La atención a la formación de las coordinadoras se lleva a cabo de diferentes maneras, queremos recordar aquí el curso en línea "Coordinadores 2.0 " para lo que hemos hecho uso de la plataforma Moodle, en donde se han inscrito las participantes con quienes hemos tenido reuniones regulares por teleconferencia. El diseño de algunos módulos y unidades de aprendizaje se ha visto a un diálogo con los diferentes ámbitos de la animación. (Ponsaram, 2014, pág. 8)

Por su parte, Sor Gabriella Imperatore, piensa que en el futuro, el acento sería puesto sobre la formación de las jóvenes para la vida religiosa también para que no queden a fuera de la nueva cultura de la comunicación. :

Creemos que frente a los avances digitales no podemos retroceder, es necesario enfrentar y mirarlo con ojos de esperanza; tenemos que animar a los jóvenes y no tan jóvenes, especialmente a los jóvenes en formación, a un compromiso diario de autoformación, experimentado personal y comunitariamente para identificar y valorar en los medios digitales aquel potencial, si se utiliza correctamente, es un verdadero regalo, para ser casa de comunión en la proximidad del entorno actual. (Imperatore, 2014, pág. 10)

Del punto de vista de Sor Anarita Cristaino, es necesaria la comunicación como narración, como participación al descubrimiento de nuevos horizontes, diseñando contextos nuevos y ofrendando contenidos claros:

El Instituto está llamado a asumir el reto de transformar el simple contacto en una forma de participación real y asegurarse de que sea una buena participación. Él está llamado a crecer en la conciencia de sí mismo y de su propia capacidad de comunicar, a unir el arte de comunicarse con gestos de cercanía. (Cristaino A, 2014, pág. 12)

CAPÍTULO 3

PLAN DE COMUNICACIÓN

1. OBJETIVO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

1.1. Identidad de la inspectoría notre dame du perpétuel secours

La Inspectoría Nuestra señora del Perpetuo Socorro, es una institución de religiosas que evangeliza y educa. Promueve la ciudadanía activa, especialmente para los jóvenes y sus familias, las mujeres y los pobres en ámbitos del ecosistema educomunicativo. Es la articulación del proceso educomunicacional es decir, la educación por la comunicación, la mediación tecnológica, la expresión artística y la comunicación para el ejercicio de la ciudadanía. Por consiguiente, nos consideramos como una institución evangelizadora y educativa, una institución centrada en la ciudadanía activa, una institución que dialoga con la cultura y la realidad, una institución que crea ecosistemas educomunicativos.

1.1.1. Visión

La visión de la Provincia de Nuestra Señora del Perpetuo Socorro manifiesta bien su inclusión original en el campo de la comunicación:

El marco que guía nuestras decisiones educativas es una visión antropológica que en el plan de Dios, reconoce la dignidad inalienable del ser humano, creado a su imagen, a la relación recíproca dualidad hombre-mujer entre ellos. Ser la imagen de Dios fundó el carácter relacional de la existencia de la persona en relación con el otro yo. (FMA/Haiti. 2009)

1.1.2. Misión

La misión educativa de las FMA en Haití es ver a la persona en su totalidad. Su acción política tiene por objeto satisfacer las necesidades de los más vulnerables en sus fortalezas y debilidades.

La misión educativa se realiza, por lo tanto, en una pastoral inculturada inspirada en el Sistema Preventivo. Por esta razón, optemos para la educomunicación que puede formar ciudadanos responsables y participativos, con capacidad crítica, creadores en común de soluciones de los problemas, que cuestionen la información que reciben, que informen, opinen, se procuren sus propias fuentes de información y que las comparen con la que genera el poder mediático. (FMA/Haiti. 2009)

1.2. Objetivo general

Para promover estos ecosistemas educomunicativos, se necesita un conjunto de acciones positivas al nivel interno y externo para reforzar la imagen de la identidad propia y carismática de la provincia Notre Dame du Perpétuel Secours, promoviendo entre los protagonistas internos el concepto de la comunicación como elemento constitutivo y no instrumental de la misión evangelizadora y educativa. Una valorización de la comunicación intrapersonal e interpersonal. De ahí que el objetivo es:

- Acompañar los procesos de comunicación a nivel Inspectorial con la meta de elaborar, con un equipo interdisciplinario, proyectos que favorezcan la formación de las hermanas, jóvenes en formación, educandos, colaboradores de los laicos en lo que concierne a la Educomunicación concebida para favorecer la convergencia de la acción educativa y pastoral con los otros ámbitos.

1.3. Objetivos específicos

Esta convergencia nos ayudará a

- Promover la calidad de la información y de la comunicación dentro y el exterior de la provincia, estimulando la democratización y el acceso a las nuevas tecnologías.
- Estimular el trabajo en red con socios locales e internacionales y establecer una “red social” de distribución de las publicaciones inspectoriales.
- Dialogar con la cultura y la realidad de los jóvenes y atentos a las nuevas circunstancias sociales, estimular y acompañar las comunidades educativas.
- Elaborar proyectos de formación inicial continua y permanente con estrategias educomunicativas para pasar de una comunicación unidireccional a una comunicación recíproca de calidad y participativa.

1.4. Estrategias comunicativas

¿Por qué la educomunicación?

El plan de comunicación para la Provincia Notre Dame du Perpetuel Secours (Haiti) tiene su fuente en el Empeño específico del ámbito Comunicación Social en el conocimiento, profundización, actualización, elaboración en torno a la cultura de la comunicación hoy, con particular referencia a la incidencia en el mundo juvenil. (Programación del Ámbito para la comunicación social Sexenio 2009-2014)

Siguiendo la misma huella, el plan de comunicación se propone:

- Ejecutar trayectos en línea de continuidad con las opciones de la educomunicación.
- Potenciar la animación y el acompañamiento de modo particular de las coordinadoras Comunicación Social con atención específica al carisma educativo y a la espiritualidad del Sistema Preventivo.

- Incrementar el trabajo en red: entre ámbitos, interinspeccional, a nivel eclesial, civil y académico.

La fuerte presencia de la tecnología en la cultura actual está engendrando nuevas visiones del mundo, de la persona, de la sociedad que interpelan a la educación y motivan el cambio de la acción comunicativa. El contexto actual exige la interacción entre instituciones de comunicación y de educación, de pastoral y desarrollo social. Es por este motivo que los procesos educomunicativos nos parecen las mejores estrategias para favorecer la adquisición de una nueva visión de la comunicación: mediación educativa, producción simbólica, práctica comunicativa en un ecosistema comunicativo que tenga en cuenta la coordinación comunicación-educación-pastoral como alternativa a una acción educativa integral y cualitativa, experiencias culturales heterogéneas capaces de despertar la creatividad producto de una conciencia de su propio ser cultural que desarrolla el deseo de ser productor-emisor y al final la acogida de la plataforma tecnológica como válido medio para mejorar la calidad de las comunicaciones y la cultura comunicacional del entorno social, local, continental y mundial.

Valorizamos la educomunicación como estrategia porque es entendida como:

Una unidad conceptual movilizadora, dinámica e interactiva que, a pesar de presentarse como un concepto polisémico que comprende diferentes formas del hacer, busca integrar en un nuevo campo de acción, la comunicación, como estilo de educación y la educación como principio de comunicación (De Oliveira. I. 2004)

La Iglesia católica, en su última conferencia de los obispos de América Latina en 2007 (Aparecida 484-490), reconoce que hoy en día, no se puede negar la interacción de estos dos campos. Señala que la comunicación se está convirtiendo en un espacio privilegiado de educación en cuanto a la revolución tecnológica y la globalización, los nuevos lenguajes juveniles y la urgencia de crear redes. De allí la necesidad de organizar, desarrollar articular la comunicación desde una clara intencionalidad educativa. Se concibe como la planeación, ejecución y evaluación de experiencias

dirigidas a crear ambientes comunicacionales evangelizadores, de tendencia circular y convergente.

La Educomunicación se ha convertido a lo largo de todo un proceso desarrollado en las últimas cinco décadas en una emergente teoría metodológica que favorece la formación de interlocutores sociales y desarrolla interacciones que hacen posible ecosistemas educomunicacionales dinámicos, propositivos, democráticos y de clara tendencia humanista. (Mollo, 2013, pág. 23)

1.4.1. Fundamentos Generales de la Educomunicación

- Filosofía y práctica: Fundamentada en el diálogo, flexibilidad y participación
- Método. : Propuesta integrada, nueva y convergente por sostener la formación de habilidades sociales, comunicacionales, cognitivas, tecnológicas, sociales y trascendentes
- Estilo de relación: Se basa en la necesidad de entrar en relación, de construir juntos, involucrar, incluir, integrar.
- Principio: Convergencia de todas las dimensiones de la persona, desde la construcción del conocimiento, la experiencia de escucha, liderazgo asertivo, manejo de conflictos y la capacidad de convivir.
- Cultura del encuentro: la experiencia cotidiana, se convierte en encuentro y reciprocidad entre todos los que forman la comunidad

1.4.2. Línea de comunicación que sustenta el Plan

Un Plan de Comunicación lleva en el la manera de organizar una institución, una empresa cualquiera siguiendo unas líneas directivas que reflejan su ideología y sus prácticas, y su cultura dentro de la sociedad en que se encuentra ubicada. Como organización religiosa y educativa que trabaja en un contexto cultural particular, las escuelas latinoamericanas de comunicación son las más indicadas para sustentar nuestro Plan. El Plan presentado tiene como respaldo las teorías de la Educomunicación que es, según Soares Oliveira: “Un nuevo ámbito de intervención social con un fin muy claro: poner la educación y la comunicación al servicio del

desarrollo social e individual del ser humano, para construir juntos un mundo más habitable y solidario para todos.” (De Oliveira, 2003, pág. 10)

La he escogido por sus principios de base que corresponden perfectamente al carisma salesiano. Por su interdisciplinariedad permitiendo crear convergencia en cualquier ámbito y disciplina, la transversalidad con que la educomunicación se mueve dentro de las disciplinas, carreras y situaciones, lugares, realidades sociales, culturales y políticas; permite también la reciprocidad y la colaboración, es integral y convergente.

2. La comunicación al nivel de la Inspectoría

Teniendo en cuenta el recorrido de la historia de la Comunicación Social en el Instituto, ¿qué podemos decir de su desarrollo en la Inspectoría de las (Hijas de María Auxiliadora (FMA) en Haití?

La evolución que ha tenido la Comunicación Social en la Inspectoría fue lenta y a veces incierta. Sin embargo, hay una base sobre la cual este nuevo plan puede asentar para desarrollarse para garantizar la cultura de comunicación que se quiere lograr.

Tras el Capítulo General XIX, el año de la Nueva Evangelización que nos llevó a revisar la forma en que obtenemos y compartimos el mensaje del Evangelio, nos estimula a reflexionar sobre la catequesis y los Medios de Comunicación. Sr Marie Josseline Laguerre, la superiora visitadora de 1991 a 1997 invitó a las Hermanas a construir juntos la historia de la visitaduría y comprometernos a convertirnos en comunicadores auténticos en un diálogo comunicativo real para convertirlas en relaciones interpersonales más humanos y más rico sentido salvífico.

- Del 9 de octubre al 14 de octubre 1992, Sor Aline Nicolas y Rose Monique Jolicoeur participaron en un Congreso sobre Comunicación Social en México, dirigido por la madre Graciela Curti, primer Asesora de Comunicación en el instituto.
- En 1993, nació la agencia de noticias salesiana Caribe: Cuba, Haití, Puerto Rico y Santo Domingo, en el servicio de la misión salesiana en un momento

en que la comunicación social es un instrumento de evangelización para favorecer a la juventud.

- El 5 y 6 de febrero de 1994, para que nuestro trabajo sea más eficaz en el ámbito de la Comunicación, Sor Ana Isabel, un miembro de la Conferencia Interinspectorial México-Antillas y Centroamérica (CIMAC), el Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación (CLAC) y el departamento de la Comunicación del CELAM, han visitado la inspectoría. Esta reunión fue estimulado para liberarnos del miedo mental que tenemos hacia los medios de comunicación para abrimos más al lenguaje de los jóvenes, ya que la comunicación es igual a la cultura.
- El 8 de enero de 1995, las exalumnas han publicado por primera vez el Echo-FAEMA, revista en donde presentaron un balance del año 93 a 94 y las perspectivas de 94-95. Una vez más nos hemos dado cuenta que tenemos que saber utilizar esa comunicación a nuestra disposición como Don Bosco en su tiempo utilizado la fotografía, el teatro y la impresión.

Después de la novena reunión de América Latina en 1997, la nueva inspectoría haitiana había sentido la necesidad de caminar en el tiempo con respecto a los Medios de Comunicación. Teníamos la sensación de que iba a ser una necesidad como aprender a leer y escribir en un corto tiempo.

Desde 2001, la revista OCIF se convirtió en "INFO FMA" a partir de entonces, se considera órgano de comunicación, información y formación en nuestra provincia. A través de la publicación de actividades, tratábamos de mantener el vínculo entre las comunidades, las diversas ramas de la Familia Salesiana y los intercambios con otros socios locales e internacionales.

En nuestro último Proyecto Educativo, el capítulo 6 se centra exclusivamente en la comunicación. La provincia está desarrollando su ruta en comunicación y cada Comunidad hizo la suya a partir de las líneas de acción propuestas por la Provincia. Cada trimestre, las comunidades se reúnen para la evaluación y comprobar dónde estamos y ver lo que tenemos que hacer. Sometemos el trabajo que se ha hecho de este gráfico 2005-2009 para cada año.

Las líneas que marcaran y orientaran el presente Plan son:

2.1. Línea de orientación 1

Formarnos a la escucha profunda y a la lectura de la realidad por la experiencia diaria de Dios, por el ejercicio concreto del discernimiento.

Tabla 2.

Cuadro de la línea de orientación 1

	Para las FMA	Para la CE
2005-2006	Vivir la escucha profunda y activa cultivando el gusto de la investigación y el reciclaje como actitud y creación de una mentalidad crítica.	Vivir la escucha profunda y activa cultivando el gusto de la investigación y el reciclaje como actitud y creación de una mentalidad crítica.
2006-2007	Crear un ambiente educativo donde los jóvenes se sienten acogidos y escuchados.	Crear un clima en nuestras escuelas que facilite los intercambios y el compartir de experiencias.
2007-2008	Crear un espacio de escucha y diálogo abierto y respetuoso.	Crear un espacio de escucha y diálogo abierto y respetuoso.
2008-2009	Asimilar la escucha y el diálogo como actitud fundamental y como fuente de aprendizaje para descubrir mejor el plan de Dios como María.	Asimilar la escucha y el diálogo como actitud fundamental y como fuente de aprendizaje para descubrir mejor el plan de Dios como María.

Nota: Línea de orientación en comunicación de la inspección Notre Dame du Perpétuel Secours en Haití para las FMA y la Comunidad educativa del 2005 al 2009: primera orientación.

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

2.2. Línea de orientación 2

Reexpresar la riqueza carismática del espíritu de familia por el ejercicio de la espiritualidad de comunión; por un estilo de animación corresponsable.

Tabla 3.

Cuadro de la línea de orientación 2

	Para las FMA	Para la CE
2005-2006	Escuchar y preguntar de manera permanente nuestro estilo de comunicación con vistas al espíritu de familia y la comunión.	Crear en la CE un ambiente de comunicación que facilita el espíritu de familia y la comunión
2006-2007	Equipar nuestras casas de algunos materiales que facilitan el aprendizaje de la dimensión artística y estética	Desarrollar en los jóvenes la dimensión expresiva – artística y estética.

2007-2008	Abrir los horizontes de nuestra espiritualidad salesiana a las personas que nos ayudan en la misión para una colaboración más eficaz.	Abrir los horizontes de nuestra espiritualidad salesiana a las personas que nos ayudan en la misión para una colaboración más eficaz.
2008-2009	profundizar en las riquezas y las exigencias de las diferencias en las relaciones y en la educomunicación	Ayudar la CE a descubrir las riquezas y las exigencias de las diferencias en las relaciones y en la educomunicación

Nota: Línea de orientación en comunicación de la inspectoría Notre Dame du Perpétuel Secours en Haití para las FMA y la Comunidad educativa del 2005 al 2009: segunda orientación.

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

2.3. Línea de Orientación 3

Renovar nuestro compromiso educativo con la fuerza del sistema preventivo por una educación para la justicia y la paz por elecciones valientes de vida y cultura solidaria por la valorización de interculturalidad.

Tabla 4.

Cuadro de la línea de orientación 3

	Para las FMA	Para la CE
2005-2006	<ul style="list-style-type: none"> Educarnos a la reapropiación de la historia y la cultura 	Formar los jóvenes para sentirse útiles y ser útiles al otro en que colocan gestos concretos de solidaridad y participación
2006-2007	<ul style="list-style-type: none"> Educarnos a dar sentido a la vida para dar mejor sentido a los hechos y a los acontecimientos 	<ul style="list-style-type: none"> crear un clima de vida sereno y atractivo que facilita la facilidad de uso y la solidaridad permitiéndoles encontrar el gusto de vivir
2007-2008	<ul style="list-style-type: none"> Suscitar en las Comunidades una vista más amplia sobre las realidades locales y mundiales 	<ul style="list-style-type: none"> Suscitar en la Comunidad Educativa una vista más amplia sobre las realidades locales y mundiales
2008-2009	<ul style="list-style-type: none"> Llegar a una comunicación solidaria e intercultural efectiva a través de una cultura de red. 	<ul style="list-style-type: none"> Llegar a una comunicación solidaria e intercultural efectiva a través de una cultura de red.

Nota: Línea de orientación en comunicación de la inspectoría Notre Dame du Perpétuel Secours en Haití para las FMA y la Comunidad educativa del 2005 al 2009: tercera orientación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

3. PROGRAMACIÓN DE LA INSPECTORÍA (2015-2018)

Según la programación de la ECOSAM- CIMAC (2014-2017) el Área Formación-Educación del proyecto contiene estos niveles:

- Formación-Educación
- Producción
- Información

De allí se encuentran los tres ejes sobre los cuales se va a enfocar el Plan de Comunicación para la Inspectoría Notre Dame du Perpétuel Secours en Haití.

3.1. Formación-Educación

En el año 2003, la Inspectoría elaboró su proyecto educativo pastoral para seis años con varios ejes. En el eje comunicación, se encuentran desarrolladas: La reflexión epistemológica que se caracteriza por estudios, reflexiones e investigaciones sobre la interrelación comunicación – educación y sus implicaciones en la práctica educativa, también el empleo de las tecnologías de la información en las acciones educativas ligada a la gestión de los procesos comunicativos en espacios educativos con el fin de crear un medio que esté guiado por el principio de la acción y el diálogo comunicativos.

Al final, la expresión artística que se caracteriza por la educación para la armonía, para la belleza, para la estética, como parte constitutiva de la persona, la sociedad y la facilidad de compartir.

Reflexionar sobre la comunicación

- 1- Hacer la interrelación comunicación-educación
- 2- Emplear de la tecnología en la acción educativa (tecnología y educación hoy)

La formación en la realidad de la Inspectoría Notre Dame du Perpétuel Secours embarca la formación inicial, continua y permanente de las jóvenes en formación, las hermanas y de las y los jóvenes de los colegios y centros.

Con estos antecedentes se desarrolla la propuesta:

Tabla 5.

Plan local 2015-2018: área formación

Desafío 1	Línea de acción 1	Meta objetivo	Estrategias	¿Cómo?	¿Para quién?	Lugar	¿Cuándo?	Responsable	Evaluación
La formación continua y sistemática en la perspectiva educacional, como opción del Instituto.	Formación sistemática, procesual y diferenciada en la perspectiva educacional.	Crear intencionalidad educacional en nuestras acciones pastorales.	-Reflexionar sobre la comunicación -Generar procesos de reflexión y sensibilización de la importancia y necesidad de implementar procesos educacionales.	-Elaborar y aplicar itinerarios formativos diferenciados con mirada educacional. -Dar continuidad al estudio y a la reflexión sobre la comunicación y la educación en las comunidades educativas identificando las acciones realizadas y proponiendo otras según los estudios realizados.	-Consejo y Equipo inspectorial -Correspondientes comunitarias - Jóvenes en Formación - Comunidad educativa	- Casa Inspectorial -Casas de formación -Comunidad educativa (Colegios)	-Mayo 2015 Junio 2015-2016	Coordinación inspectorial de comunicación	-Instantánea -Trimestral -Annual
			-Profundizar nuestro carisma en relación con las exigencias	-Leer e investigar las exigencias educativas en relación con la cultura	-Equipo inspectorial -Correspon-	- Casa Inspectorial	2015-2016		Coordinación inspectorial

			<p>comunicativas de hoy.</p> <p>-Potenciar la comunicación corporativa (creación del libro de marca)</p> <p>Empleo de la tecnología en la acción educativa (tecnología y educación hoy)</p>	<p>comunicativa y nuestro carisma, para reflexionar y producir en forma conjunta, textos, subsidios que iluminen la práctica educativo-evangelizadora de acuerdo con la tecnología a través talleres y charlas</p>	<p>dientes comunitarias</p> <p>- Jóvenes en Formación</p> <p>-Comunidad educativa</p>	<p>-Casas de formación</p> <p>-Comunidad educativa (Colegios)</p>			- Anual
Desafío 2	Línea de acción 2	Meta objetivo							
<p>El fortalecimiento de la identidad de ECOSAM, promoviendo el trabajo interámbitos desde la comunicación como estilo educativo-evangelizador.</p>	<p>Comprensión de la significatividad de la Comunicación en la realización de la misión educativa y evangelizadora.</p>	<p>Fortalecer la identidad de ECOSAM en la realidad Inspectorial y local</p>	<p>La interrelación comunicación-educación</p> <p>-Consolidación de la Comunicación Social a partir de las experiencias educacionales en las comunidades.</p> <p>-Potenciar la comunicación corporativa (creación del libro de marca)</p>	<p>-Asegurar el nombramiento de la Coordinadora Inspectorial de Comunicación Social en asamblea anual</p> <p>-Incluir y dar continuidad a la Educomunicación en las Programaciones Inspectoriales durante las reuniones periódicas</p> <p>-Preparar a hermanas en el</p>	<p>-Consejo y Equipo inspectorial</p> <p>- Consejo y Equipo inspectorial Consejo y Equipo inspectorial</p> <p>- Comunidad educativa</p>	<p>- La Inspectoría</p> <p>-Casas de formación</p> <p>-Comunidad educativa (Colegios)</p>	<p>2014- 2015</p> <p>2015-2016</p>	<p>- Consejo y Equipo inspectorial</p> <p>-Coordinación inspectorial</p>	<p>- Instantánea</p> <p>- Trimestral</p> <p>- Anual</p>

			<p>área de la Comunicación Social</p> <p>-Cualificar las relaciones interpersonales priorizando la cultura del encuentro en las ocasiones cotidianas</p>					
		<p>- Estudio y reflexión sistemática de los documentos de la Iglesia y del Instituto referentes a la Comunicación Social y a la Educomunicación.</p> <p>-Reorganizar el registro, documentación y archivo de los hechos históricos</p>	<p>-Estudiar los documentos sobre comunicación social de la Iglesia y del Instituto en la Comunidad Inspectorial en los talleres, estudios, jornadas, charlas previstos</p> <p>-Recuperar la memoria histórica de ECOSAM en las socializaciones y encuentros periódicos</p> <p>-Crear el archivo histórico de ECOSAM después de cada encuentro</p>	<p>- Comunidad Inspectorial.</p> <p>- Consejo y Equipo inspectorial</p> <p>Consejo y Equipo inspectorial</p> <p>- Comunidad</p>	<p>- La Inspectoría</p> <p>-Casas de formación</p> <p>-Comunidad educativa (Colegios)</p>	2015-2017	Coordinación inspectoral de comunicación	<p>- Instantánea</p> <p>- Trimestral</p> <p>- Anual</p>

Nota: Plan del área formación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 6.

Registro de Evaluación 1

Lista de cotejo # 1				
Fecha				Evaluación
Curso				# de Si Nota
Sector				
Tiempo				
Evaluado				
Evaluador				
Escala				
#	Concepto	Si	No	Observación
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
	Total			

Nota: Lista de cortejo de evaluación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 7.

Registro de Evaluación 2

Guía de observación						
Participante:		Asignatura :	Fecha:			
Tema:						
Criterio	Rasgos	EXC	MB	B	M	NR
Aspectos Generales	Puntualidad					
	Uso del tiempo					
	Originalidad					
	Contacto visual					
Contenido	Vocabulario					
	Dominio del contenido					
	Atención a los participantes					
	Ejemplifica					
	Argumenta					
	secuencialidad					
Lámina	Tamaño de letra					
	Ortografía					
	Rotulado					
	Pulcritud					
	Calidad del contenido presentado					
Observación						
Evaluado por			Firma	Fecha		

Nota: Guía de observación para evaluación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 8.**Registro de Evaluación 3**

Número de talleres realizados		Diseño de producto comunicativo										
Mínimo		Conceptos	Nivel Académico					Cumple		A Mejorar	Participantes	Observacion
Máximo			EX	MB	B	R	M	SÍ	NO			
		Concepto 1										
		Concepto 2										
		Concepto 3										
		Concepto 4										
		Concepto 5										

Nota: Guía de evaluación para diseño de producto

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 9.**Registro de Evaluación 4**

Mapa de evaluación- Escala de Nota Final								
Contenidos	Interés	Situación inicial	Situación actual	A mejorar	Responsable	Material incrementado	Equipos de comunicación	Observación
Concepto 1								
Concepto 2								

Nota: Mapa de Evaluación para escala de nota

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

3.2. Información

Las hermanas de las distintas comunidades que facilitan la llegada de la información para la redacción de los artículos del sitio internet, son parte de un núcleo responsable de hacer la coordinación. Principalmente, se encarga de la realización del proceso formativo para las jóvenes en formación, las hermanas, las y los colaboradores y los padres de familia a través de estudio y talleres trimestrales de comunicación, mantenimiento del sitio Internet, y también sirve de vínculo entre la Inspectoría y el Centro del Instituto, entre las distintas ramas de la familia salesiana y de intercambios con otros socios locales e internacionales. Para realizar este trabajo conjunto, se necesita informaciones previas y coordinaciones entre los ámbitos de manera que la información que parte del centro llegue con su uniformidad y su originalidad a los destinatarios.

Todas las instancias de la Inspectoría necesitan saber la existencia de un Plan de comunicación local, regional y mundial de comunicación que organiza la formación, la información y la producción a todo nivel.

- 1- Mantener el sitio inspectorial y las redes sociales con el boletín del Instituto, las noticias y bases de datos.
- 2- Socializar la educomunicación en la Inspectoría
 - a. -El plan trienal
 - b. -La ECOSAM
 - c. Formación de club de periodismo en los colegios, centros de formación etc.
- 3- Participar en el Consejo Editorial del Boletín Salesiano
- 4- Coordinar la divulgación de la información y la participación en los diferentes encuentros de los diferentes ámbitos.
- 5- Potenciar la comunicación corporativa (creación del libro de marca).

Tabla 10.

Plan local 2015-2018: área Información

Desafío 3	Línea de acción 3	Meta (objetivo)	Estrategias	¿Cómo?	¿Para quién?	Lugar	¿Cuándo?	Responsable	Evaluación
El fortalecimiento de la identidad de ECOSAM, promoviendo el trabajo interámbitos desde la comunicación como estilo educativo-evangelizador.	Construcción de experiencias educativas con mentalidad de interámbitos.	Consolidar el trabajo interámbitos.	<ul style="list-style-type: none"> -comprender la Comunicación como principio integrador y convergente. -Potenciar la comunicación corporativa (creación del libro de marca) -Socializar la educomunicación en la Inspectoría el plan trienal, -La ECOSAM, Formación de club de periodismo en los colegios, centros de formación etc. -Participar en el Consejo Editorial del Boletín Salesiano -Coordinar la divulgación de la 	<ul style="list-style-type: none"> -Impulsar la gestión de la Comunicación-convergencia e interrelación- como soporte al trabajo educativo y evangelizador interámbitos realizados según el calendario -Gestionar en forma conjunta los proyectos educativos pastorales inspectoriales y locales en los encuentros de elaboración y evaluación mensual, trimestral y anual -Implementar elementos de la Comunicación estratégica como principio integrador y convergente del 	<ul style="list-style-type: none"> -Consejo y Equipo inspectorial - Correspondientes comunitarias - Jóvenes en Formación - Comunidad educativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Casa Inspectorial -Casas de formación -Comunidad educativa (Colegios) 	<ul style="list-style-type: none"> -Mayo 2015 2015-2016 	<ul style="list-style-type: none"> Coordinación inspectorial de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Instantánea - Trimestral - Anual

			información y la participación en los diferentes encuentros de los diferentes ámbitos.	trabajo interámbitos en las fechas de socialización y presentaciones					
			-Dar a conocer y Reconocer las experiencias educacionales que se realizan en las comunidades. Mantener el Sitio inspectorial y las redes sociales con el boletín del Instituto, las noticias y bases de datos.	-Identificar y sistematizar las experiencias educacionales ya existentes en las comunidades educativas en las visitas de presentaciones y de charlas -Compartir en red las experiencias educacionales existentes y los estudios referentes a la Comunicación Social realizados	-Equipo inspectorial - Correspondientes comunitarias - Jóvenes en Formación -Comunidad educativa	- Casa Inspectorial -Casas de formación -Comunidad educativa (Colegios)	2015-2016	Coordinación inspectorial	- Instantánea - Trimestral - Anual
Desafío 4	Línea de acción 4	Meta(objetivo)							
La mirada empática y abierta al diálogo recíproco con las culturas juveniles	La mirada empática y abierta al diálogo recíproco con las	Descubrir y resignificar con los jóvenes de manera crítica y propositiva	-Potenciar una mirada empática con los jóvenes Desde una óptica educativa y carismática siendo “casa que acoge” y evangeliza.	-Crear y/o fortalecer los equipos locales e inspectoriales de Comunicación Social. -Promover los espacios de	-Consejo y Equipo inspectorial las correspondientes locales de com. Social.	- La Inspectoría -Casas de formación -Comunidad	2014- 2015 2015-2017	- Consejo y Equipo inspectorial -Coordinación inspectorial	- Instantánea - Trimestral - Anual

en el mundo de hoy.	culturas juveniles en el mundo de hoy.	la cultura comunicativa, en un ejercicio efectivo de ciudadanía a la luz del Evangelio.	<p>-Socializar la educomunicación en la Inspectoría: el plan trienal, el ECOSAM, formación de club de periodismo en los colegios, centros de formación etc.</p>	<p>protagonismo juvenil como lugar de encuentro</p> <p>-Establecer foros de discusión sobre los paradigmas y tendencias actuales, en particular respecto a la situación de la familia.</p> <p>-Abrir la “casa”, salir al encuentro de los jóvenes acompañando su realidad.</p>	<p>- Comunidad educativa (Colegios)</p> <p>-Idem</p>	educativa (Colegios)			-Trienal
			<p>-Dialogar con empatía con los jóvenes teniendo presente la propuesta educativo evangelizadora.</p> <p>- Mantener el Sitio inspectorial y las redes sociales con el boletín del Instituto, las noticias y bases de datos.</p>	<p>-Ser portadores de la Buena Noticia en los diferentes espacios de encuentro.</p> <p>-Reflexionar de manera conjunta las nuevas fronteras misioneras (tecnología, redes sociales, nuevas competencias comunicacionales)</p> <p>-Establecer vínculos con instancias y redes</p>	<p>- Comunidad Inspectorial.</p> <p>Consejo y Equipo inspectorial</p> <p>- Comunidad educativa (Colegios)</p>	<p>- La Inspectoría</p> <p>-Casas de formación</p> <p>-Comunidad educativa (Colegios)</p> <p>-Sitios WEB</p>	2015-2017	Coordinación inspectorial de comunicación	<p>- Instantánea</p> <p>- Trimestral</p> <p>- Anual</p>

				que trabajan con la juventud.					
			<p>-Consolidar el protagonismo de los jóvenes ciudadanos digitales con identidad cristiana</p> <p>-Potenciar la comunicación corporativa (creación del libro de marca)</p> <p>Socializar la educomunicación en la Inspectoría</p> <p>El plan trienal, - La ECOSAM, Formación de club de periodismo en los colegios, centros de formación etc.</p>	<p>-Formar a los jóvenes como discípulos misioneros de la Palabra desde una óptica educomunicativa en charlas, talleres, jornadas ect.</p> <p>-Conformar redes de jóvenes que testimonien la identidad evangélica en el ciberespacio con talleres, visitas y seguimientos periódicos</p>	<p>- Comunidad educativa (Colegios)</p> <p>-Idem</p>	<p>- Comunidad educativa (Colegios)</p> <p>-Idem</p>	2015-2017	<p>-Coordinación inspectorial de comunicación</p> <p>-Idem</p>	<p>- Instantánea</p> <p>- Trimestral</p> <p>- Anual</p>

Nota: Plan del área información

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 11.

Registro de Evaluación 5

Lista de cotejo # 2				
Fecha		Evaluación		
Curso		# de Sí	Nota	
Sector				
Tiempo				
Evaluado				
Evaluador				
Escala				
#	Concepto	Sí	No	Observación
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
	Total			

Nota: Lista de cortejo de evaluación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 12.

Registro de Evaluación 6

Guía de observación						
Participante:		Asignatura :	Fecha:			
Tema:						
Criterio	Rasgos	EXC	MB	B	M	NR
Aspectos Generales	Puntualidad					
	Uso del tiempo					
	Originalidad					
	Contacto visual					
Contenido	Vocabulario					
	Dominio del contenido					
	Atención a los participantes					
	Ejemplifica					
	Argumenta					
	secuencialidad					
Lámina	Tamaño de letra					
	Ortografía					
	Rotulado					
	Pulcritud					
	Calidad del contenido presentado					
Observación						
Evaluado por			Firma	Fecha		

Nota: Guía de Observación para la evaluación.

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 13.**Registro de Evaluación 7**

Número de talleres realizados		Diseño de producto comunicativo										
Mínimo		Conceptos	Nivel Académico					Cumple		A Mejorar	Participantes	Observación
Máximo			EX	MB	B	R	M	SÍ	NO			
		Concepto 1										
		Concepto 2										
		Concepto 3										
		Concepto 4										
		Concepto 5										

Nota: Diseño de producto comunicativo.

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 14.**Registro de Evaluación 8**

Mapa de evaluación - Escala de Nota Final								
Contenidos	Interés	Situación inicial	Situación actual	A mejorar	Responsable	Material incrementado	Equipos de comunicación	Observación
Concepto 1								
Concepto 2								

Nota: Mapa de evaluación para escala de nota final

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

3.3. Producción

En un primer tiempo, la Inspectoría contaba con un equipo que editaba una revista llamado OCIF (Órgano de Comunicación y de Información de la Familia) que se convirtió más tarde en “ECHO de las Salesianas” como órgano de comunicación, información y formación en la Inspectoría. A través de la publicación de las actividades realizadas, se intentó mantener el vínculo entre las comunidades, las distintas ramas de la Familia Salesiana y de los intercambios con otros socios locales e internacionales.

A lo largo de los años, además de la revista trimestral de la comunicación de la Inspectoría, se crea la red en línea para el sitio en Internet: ww.fmahaiti.org, con la elección de tenerlo al día dejando de lado la redacción de la revista por falta de personal y de condiciones físicas.

En la programación del Ámbito de la comunicación de la congregación salesiana y del ECOSAM, la producción es un aspecto importante dado que San Juan Bosco y María Domingo Mazzarello han valorizado este aspecto en y para la educación de las y los jóvenes. Así que en el proyecto está considerado un punto importante con la idea tener en cuenta:

1. Retomar la difusión de la revista de la Inspectoría
2. Reorganizar el registro, documentación y archivo de los hechos históricos
3. Buscar noticias y publicaciones en el Sitio, Redes Sociales
4. Difundir la información Provincial mensual o bimensual (Informe del consejo)
5. Socializar de forma creativa la circular de la Madre General
6. Traducir y difundir la revista mundial de las Hijas de María Auxiliadora: DMA para cada Comunidad.

Tabla 15.
Plan local 2015-2018: área producción

Desafío 3	Línea de acción 3	Meta (objetivo)	Estrategias	¿Cómo?	¿Para quién?	Lugar	¿Cuándo?	Responsable	Evaluación
La apertura audaz y convergente al trabajo en red con la Iglesia y con distintas instancias, desde nuestra identidad carismática	La apertura audaz y convergente al trabajo en red con la Iglesia y con otras instancias, desde nuestra identidad carismática	Compartir desde nuestra identidad carismática, la Buena Noticia del Evangelio, en los ambientes virtuales, en las redes sociales y en todas las periferias...	<ul style="list-style-type: none"> -Conocer y vincularnos a otras instancias y redes existentes desde nuestra identidad eclesial y carismática . -Emplear la tecnología en la acción educativa (tecnología y educación hoy) Buscar noticias y publicaciones en el Sitio, Redes Sociales -Difundir la información provincial mensual o bimensual (Informe del consejo) -Socializar de 	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyar el proyecto del CELAM “Articulación de la Educomunicación en el desarrollo solidario de la niñez y adolescencia latinoamericana y caribeña”. Socializando en la inspectoría el trabajo realizado a través de talleres. -Promover la alfabetización digital, la producción de contenidos digitales y la continuidad de procesos educocomunicativos como modalidad concreta para vivir hoy la misión y compartirlos en la mesa común de la red. 	<ul style="list-style-type: none"> -La Inspectoría - Correspondientes comunitarias - Jóvenes en Formación - Comunidad educativa (Colegios) 	<ul style="list-style-type: none"> -CIMAC- Inspectoría -Casas de formación -Comunidad educativa (Colegios) 	<ul style="list-style-type: none"> 2014-2015 2015-2017 	<ul style="list-style-type: none"> -Consejo y equipo inspectorial Coordinación inspectorial de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Instantánea - Trimestral - Anual -Trienal

			<p>forma creativa la circular de la Madre General Traducir y difundir la revista mundial de las Hijas de María</p> <p>Auxiliadora: DMA para cada Comunidad.</p> <p>-Potenciar la comunicación corporativa (creación del libro de marca)</p>						
		<p>Vivir la dimensión relacional de las primeras comunidades de Valdocco y Mornese siendo “casa que evangeliza”.</p>	<p>- Construir sentidos en la dimensión relacional que nos permita crear una cultura comunicativa con los valores propios del Evangelio y del carisma.</p> <p>-Potenciar la comunicación corporativa (creación del</p>	<p>-Favorecer los espacios de encuentro, la escucha de las experiencias, de la historia vocacional, que potencien la fraternidad, la alegría y el deseo de bien; creando juntas el ambiente de “casa”.</p> <p>-Realizar talleres que favorezcan la programación interámbitos, la producción creativa y periodística con la óptica de convergencia y acciones conjuntas a</p>	<p>La Inspectoría</p> <p>-Correspondientes comunitarias</p> <p>- Jóvenes en Formación</p> <p>-Comunidad educativa</p>	<p>-Casa Inspectorial</p> <p>-Casas de formación</p> <p>-Comunidad educativa (Colegios)</p>	<p>2015-2017</p>	<p>-Consejo inspectorial</p> <p>-Coordinación inspectorial</p>	<p>- Instantánea</p> <p>- Trimestral</p> <p>- Anual</p> <p>- Trienal</p>

			libro de marca) -Retomar la difusión de la revista de la Inspectoría	nivel de Conferencia o inspectorial o local.					
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

Nota: Plan para Área de Producción
 Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 16.

Registro de Evaluación 9

Lista de cotejo # 2				
Fecha				Evaluación
Curso				# de Sí Nota
Sector				
Tiempo				
Evaluado				
Evaluador				
Escala				
#	Concepto	Sí	No	Observación
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
	Total			

Lista de cortejo de evaluación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 17.

Registro de Evaluación 10

Guía de observación						
Participante:	Asignatura :		Fecha:			
Tema:						
Criterio	Rasgos	EXC.	MB	B	M	NR
Aspectos Generales	Puntualidad					
	Uso del tiempo					
	Originalidad					
	Contacto visual					
Contenido	Vocabulario					
	Dominio del contenido					
	Atención a los participantes					
	Ejemplifica					
	Argumenta secuencialidad					
Lámina	Tamaño de letra					
	Ortografía					
	Rotulado					
	Pulcritud					
	Calidad del contenido presentado					
Observación						
Evaluado por			Firma	Fecha		

Nota: Guía de observación

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 18.

Registro de Evaluación 11

Número de talleres realizados		Diseño de producto comunicativo										
Mínimo		Conceptos	Nivel Académico					Cumple		A Mejorar	Participantes	Observación.
Máximo			EX	MB	B	R	M	SÍ	NO			
		Concepto 1										
		Concepto 2										
		Concepto 3										
		Concepto 4										
		Concepto 5										

Nota: Diseño de Producto Comunicativo

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

Tabla 19.

Registro de evaluación 12

	Mapa de evaluación- Escala de Nota Final							
Contenidos	Interés	Situación inicial	Situación actual	A mejorar	Responsable	Material incrementado	Equipos de comunicación	Observación
Concepto 1								
Concepto 2								

Nota: Mapa de evaluación para escala de nota final

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

EVALUACIÓN

La Inspectoría “Notre Dame du Perpétuel Secours” por ser una institución con objetivo sin lucro, cuenta primero con la evaluación cualitativa a través de observaciones, entrevistas, encuestas coste efectividad y marco lógico etc. Luego por el costo, materiales, talentos humanos que cuesta hacemos el análisis costo beneficio.

En el mes de Noviembre del año 2013, en la reunión ECOSAM-CIMAC, en Honduras, las provincias que hacen parte de esta conferencia han hecho una segunda evaluación después de la que hizo cada provincia un mes antes. Así que contamos continuar con esta evaluación previa pero también, simultánea y sumativa. Vamos a dar cuenta de la evaluación externa, interna, mixta y participativa.

Se utilizará estos mapas en diversa ocasión sobretodo en la evaluación previa y la final.

En cada etapa también, según el tipo y modelo de evaluación, utilizaremos la lista de cotejo y evaluación por conceptos; también se utilizara registro anecdótico y guía de observación de manera continua en todo el desarrollo del proyecto.

Finalmente se hará una sistematización de la evaluación realizada en cada línea utilizando los formatos adjuntos.

CAPÍTULO 4

EXPECTATIVAS

La realización de un Plan de Comunicación para la Inspectoría “Notre Dame du Perpétuel Secours” en Haití se ubica en un Plan Macro del Instituto de las Hijas de María Auxiliadora (FMA) que trabaja para hacer de la Comunicación un proceso, un camino y una estrategia creando una cultura de la comunicación. Este plan de comunicación que se va a aplicar en la Inspectoría de Haití despierta las siguientes expectativas:

- Crear predisposición y conciencia comunicativas en las hermanas, las jóvenes en formación y la comunidad educativa.
- Tejer una gran *conversación sobre la cultura de la comunicación en óptica educativa* en toda la Inspectoría.
- Crear conciencia de la incidencia que los distintos escenarios contemporáneos tienen sobre nuestra identidad y sobre la misión educativa.”
- Procesar un cambio de mentalidad en las destinatarias y lo destinatarios para quienes la comunicación es solamente instrumental o solo Redes sociales.
- Educar la mentalidad y el actuar de la población a alcanzar de pasar de una visión instrumental de comunicación a una visión constitutiva y convergente.
- Construir ecosistemas educomunicativos. Promover un proceso de reflexión, profundización y de opciones concretas que nos lleven a dar respuestas competentes y responsables en el campo educativo y que de fuerza y vigor a la misión de anunciar el Evangelio en un mundo caracterizado por la velocidad de los cambios, por la digitalización de la información, y por la pluralidad de medios y plataformas de producción de los mensajes culturales.

CONCLUSIONES

Terminado este trabajo, puedo decir que:

1. Vale la pena incentivar y procesar ecosistemas educacomunicativos en las instituciones educativas salesianas en Haití. El FODA realizado en la provincia, la realidad que he vivido desde mi inserción en la congregación salesiana me dan la certeza de que la comunicación ha estado siempre presente en nuestra misión, pero he podido constatar que la realización de la misión salesiana podía ser excelente si se realiza con un enfoque comunicacional inserto en nuestro carisma.
2. Es importante saber producir y difundir mensajes verbales y no verbales dentro y fuera de la Institución para informar, regular, persuadir e integrar. A través de redes de comunicación que tiene cada grupo de personas a su disposición; la buena circulación del mensaje crea relación de interdependencia.
3. La cultura de la comunicación, la construcción de ecosistemas educomunicativos, la convergencias para una comunicación en sinergia que queremos alcanzar no serán posibles sin la coordinación para la comunión. Son las personas que cambian las estructuras por su poder de intervención, de transformación y de adaptación en un sistema para crear alternativamente otra forma de actuar y pensar.
4. “En la praxis salesiana la **comunicación educativa** es creación de relaciones recíprocas e intergeneracionales, abiertas y profundas colocadas en un amplio sistema en el cual actúan fuerzas sociales, culturales, institucionales y económicas. Responden a necesidades como el conocimiento, la confrontación con la diversidad, el intercambio y la colaboración”.
5. Para una comunicación circular e integrada es necesario tomar en cuenta la cultura, identidad de todos los que forman el conjunto pero también para una nueva visión interna y externa de la institución.

6. Realizando este Plan, me doy cuenta de la importancia de un ámbito de comunicación dentro de una institución sobretodo de una institución mundial que es la conragación salesiana en donde se requiere una continua circulación de la información interna y externa, nacional e internacional, regional y local. Además, el manejo de asuntos educativos que son parte del carisma nos pone en contacto cotidiano con Instituciones estatales de alto nivel nacional e internacional; entonces, yo creo que es importante integrar en mi formación personal elementos de formación formal en Protocolo, relación publicas internacionales y nacionales, prácticas de la imagen, arte contemporáneo, maquillaje.
7. La coordinación de la comunicación del Instituto de las FMA a nivel mundial, en sus requisitos para la coordinación de la comunicación en las inspectorías, pidió que la persona formada en Comunicación, sea también la secretaria del Equipo pastoral de la Inspectoría (Ver organigrama de la Inspectoría). Eso implica la organización y la disponibilidad de tal persona para ser presente en todas las planificaciones del equipo, saber lo que está pasando dentro de los ámbitos, en cada unidad educativa, el funcionamiento de los gobiernos escolares, sobre todo si todos los ámbitos están llevando adelante los propósitos programados con informe a la responsable de comunicación. Además la presencia de tal persona es importante en las reuniones de evaluación.
8. Es un desafío más; un reto para mis estudios en comunicación con mención desarrollo que da impulso a este plan para que la organización institucional, la educomunicación, la planificación comunicativa sean motores transversales que crean cultura comunicativa, ecosistema educomucativo y la convergencia en la misión educativa, evangelizadora y comunitaria de las Hijas de María Auxiliadora en Haití.
9. Al final, espero que con los talleres, las charlas, las conferencias periódicos, el plan de comunicación llega a su cumplimiento a través de los proyectos, actividades y tareas a cumplir a todo nivel. La evaluación que se propone

después de cada actividad, al fin de cada periodo es un aspecto importante que nos dará la oportunidad de una mejor proyección al futuro comunicativo de la Inspectoría; es decir mejorar las fallas, reforzar las oportunidades y afrontar las amenazas con espíritu crítico, sentido de responsabilidad en acuerdo con el tiempo sujeto a cambio incesante. No cabe duda que la presencia de los jóvenes, la formación continua, el ánimo y la responsabilidad del cabo dirigente son recursos necesarios para que este plan sea realidad, útil en el tiempo, eficaz y eficiente en lugar y punto de referencia para la realización de futuros planes globales para la provincia y de proyectos comunicativos para cada ámbito.

10. Mi trabajo no se termina con esta presentación, ni se cumple mi estudio en comunicación hoy, la experiencia y la investigación para este plan me pone en camino de búsqueda continua e incesante para la comunicación, la educomunicación, la comunicación organizacional sean una cultura cotidiana, un aspecto siempre presente en la planificación y la vida diaria del target de mi trabajo.

GLOSARIO

C.	: Constituciones de las Hijas de María Auxiliadora
R.	: Reglamentos de las Hijas de María Auxiliadora
CE	: Comunidad Educativa
CEEC	: Comisión Episcopal para la Educación Católica
CELAM	: Consejo Episcopal Latinoamericano
CG	: Capítulo General
CIMAC	: Conferencia Interprovincial México-Antillas y Centroamérica.
CLAC	: Circulo de Lingüística Aplicada a la Comunicación
DECOS-CELAM	: Departamento de Comunicación del CELAM
DR	: Documento Río
DM	: Documento Medellín
DP	: Documento Puebla
DSD	: Documento Santo Domingo
DA	: Documento Aparecida
ECHO-FAEMA	: Ecos de formación de las Exalumnas de María Auxiliadora
ECOSAM	: Equipo de Comunicación Social de las Hijas de María Auxiliadora de América.
FMA	: Figlie di Maria Auxiliatrice (En Italiano)
FODA	: Fuerzas Oportunidades Debilidades Amenazas
GONG	: Colección de publicación del ámbito de Comunicación de las FMA al nivel mundial.
INFO-FMA	: Nuevo título de la revista de las Hijas de Marie Auxiliadora en Haiti
L.	: Cartas de Madre María Dominga Mazzarello (En italiano: Lettere)
LOME	: Líneas Orientativas de la Misión Educativa
NDPS	: Notre Dame Du Perpétuel Secours
OCIF	: Órgano de Comunicación, de Información y Formación
PF. FMA	: Proyecto de Formación de la Hijas de María Auxiliadora
RdD	: Red de desarrollo

LISTA DE REFERENCIA

- Ámbito/FMA de la Comunicación Social. (2013). *LA COMUNICACIÓN EN LA HISTORIA DEL INSTITUTO de las Hijas de María Auxiliadora*. DMA, 20-42
- Bertone T. (2012). *Tras las huellas de Don Bosco en el campo de la comunicación*. Recuperado el 5 de octubre del 2014 de: Zenit. Org.es
- Bordenave J. & De Carvalho H. (1978). *Planificación y Comunicación*. Ecuador. Editorial Don Bosco.
- CELAM (1955). *Documento de Río de Janeiro: I Conferencia General del Episcopado Latinoamericano*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- CELAM (1968). *Documentos Finales De Medellín: II Conferencia General Del Episcopado Latinoamericano*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- CELAM (1978). *DECOS-CELAM*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- CELAM (1979). *Documento de Puebla: III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- CELAM (1992). *Documento de Santo Domingo: VI Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- CELAM (2008). *Documento de Aparecida: V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- Chavez P. (2005). *Con El Coraje De Don Bosco. En Las Nuevas Fronteras De La Comunicación Social*. Italia. 24 de Junio 2005, P. 20-21)
- Comunicólogos. (2014). *Modelo de Palo Alto*. Recuperado el 19 de noviembre del 2014 de: <http://www.comunicologos.com/modelo-de-palo-alto>
- De Oliveira I. (2003). *From Media Education to Educommunication*, Symposium on media education Experiences from the World, Italia. FMA.
- De Oliveira I. (2004). *Educomunicación: textos presentados al IV Summit Media for Children*. Brasil. NCEUSP
- FMA, (2014). *Appunti per una conversazione con le Capitolari*. Italia. Ámbito de comunicación de las FMA.
- FMA. (1982). *Constituciones y reglamentos*. España. Escuela gráfica salesiana
- FMA. (2001). *En los surcos de la Alianza: Proyecto Formativo de las Hijas de María Auxiliadora*. Madrid. Editorial CCS
- FMA. (2006). *Cooperación para el desarrollo*. Italia. Editrice Missionaria Italiana

- FMA. (2006). *LOME: Líneas Orientativas para la Misión Educativa*. Madrid. Editorial CCS
- FMA. (2009). *Actas del Capítulo general*. Madrid. Editorial CCS
- FMA. (2012). *GONG 1, 2, 3, 4*. Italia. Le gong fma.
- FMA. (2014). *Consejo general, comunicación social, historia*. Recuperado el 07 de diciembre del 2014 de: <http://www.cgfmanet.org>
- FMA. (2014). *Coordinatrice 2.0 Corso di formazione on-line per Coodinatrici di Comunicazione Sociale delle Figlie di Maria Auxiliatrice*, Modulo I,II, III, IV
- FMA/ Haïti. (2009). *Qui sommes-nous ?* Recuperado el 13 de noviembre del 2014 de: www.fmahaiti.org)
- Gili G. & Colombo F. (2012). *Comunicazione, Cultura, Società: L'approccio sociologico alla relazione comunicativa*. Italia. Editrice La Scuola
- GONG 5. (2012). *En la cultura de la comunicación: un mapa para orientarnos*. Italia. Instituto de las Hijas de María Auxiladora
<http://jurany-comunicacionnoverbal.blogspot.com>
<http://www.lacomunicazione.it>
http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/17.pdf
- JAKOBSON R. (1966). *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli. Citado en:
 FMA. (2014). *Coordinatrice 2.0 Corso di formazione on-line per Coodinatrici di Comunicazione Sociale delle Figlie di Maria Auxiliatrice*, Modulo I.
- Kaplún, M. (1987). *El Comunicador Popular*. Argentina. Ed. Humanitas
- La Santa Sede (2014). *Jornada mundial para las Comunicaciones Sociales*. Recuperado el 15 de octubre del 2014 de: <http://www.vatican.va>
- Lenti, J. A. (2011). *Don Bosco historia y charisma 2*. Madrid: Editorial CCS
- Leymoine J. B. (1981) *Memorias Biográficas de. San Juan Bosco*. Vol. XIII
- Mollo R. (2013). *Educomunicacion, guía de navegación*. Perú. FMA
- Palumbieri S. (1991). *Don Quadrio: lettera di Dio attraverso le sue lettere*. Recuperado el 19 de noviembre del 2014 de: http://www.clg-camille-claudel-latresne.fr/IMG/pdf/FB_24_genre_epistolaire.pdf
- Perez G. (1997). *La comunicación Social en el magisterio de la Iglesia*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM
- Posada M. E. Costa A. Cavaglia P. (1994). *La Sabiduría de la vida: Cartas*. Italia. Sei

- Razón y Palabra. (2012). *Importancia de la comunicación y sus interfaces con los desafíos ambientales*. Recuperado el 05 de julio del 2014 de: www.razonypalabra.org.mx
- Reungoat Y. (2013). *Circular # 937*. p. 2-3)
- Ricciardi R. & Hurault B. (1972). *La Biblia Latinoamérica*. Espana. Paulinas VB
- Rincón O. Saffon M. (2007). *Ya no es posible el silencio: el derecho a la comunicación: un derecho emergente*. Colombia. C3, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina
- Shannon C. & W. Weaver (1977). *Teoria matematica della comunicazione*. Milano. Etas Kompass
- Stuart C. (1966). *Il potere delle parole*. Milano. Bompiani
- Terrugi G. Arciniegas J. Ponsaran D. Imperatore G. Cristaino A. (2014). *Appunti per una conversazione con le Capitolari*. Roma, 02-10-2014
- Vecchi J. (1999). *Acto del Capítulo General : Intervención programática a los directores del Boletín Salesiano*. Roma. Elle Di Ci
- Ysern de Arce J. L. (1993). *La comunicación Social en Santo Domingo, proceso de reflexión y comentario*. Colombia. Centro de Publicaciones del CELAM

ANEXOS

Anexo 1.

Calendario de Socialización y Presentación

	Fecha	Actividades	Público objetivo	Recursos	Responsables	Medios
Diciembre 2014	26	Evaluación trimestral del equipo de coordinación de la inspectoría	Las correspondientes, hermanas responsables de cada ámbito del Equipo inspectorial	-Internet - Computadora	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Conferencia on line
Enero 2015	17 23	Ponencia - Taller Socialización del número especial de la revista DMA: La comunicación en el Instituto -Presentación del Plan de comunicación de ECOSAM -Borrador del plan de comunicación de la inspectoría	Las Correspondientes de comunicación	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Conferencia on line
Febrero 2015	10 20	Presentación del Plan de comunicación de ECOSAM -Borrador del plan de comunicación de la inspectoría	Rectoras de los colegios Vice-rectores de los colegios	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Conferencia on line
Marso 2015	1 5 21	Consejo Sesión Fiesta de la Gracitudo	- Hermanas del Consejo -Animadoras de Comunidad - Todas las hermanas, delegación de cada casa(profesores, alumnas, estudiantes)	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette	Conferencia on line Presencial

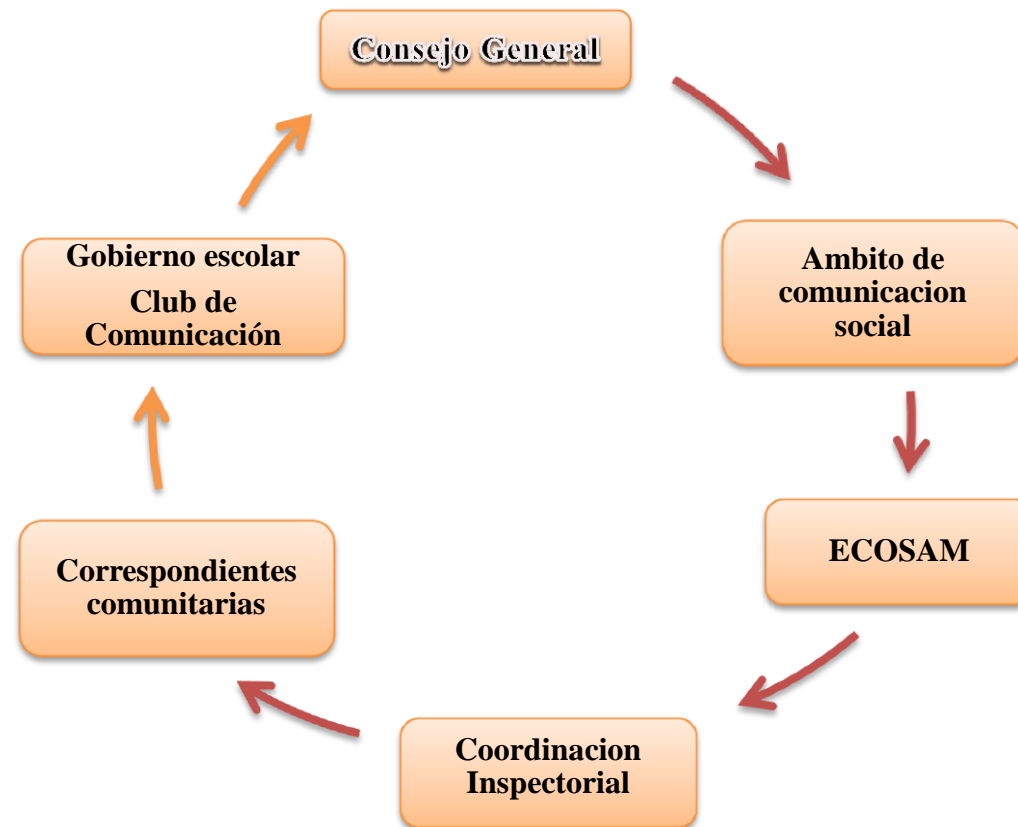
Abril	28	Reunión	Vice-rectores	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Presencial
Mayo	23	Jornada de los grupos	Representantes Jóvenes de cada casa (grupo juvenil)	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Presencial
Junio	23 26	-Última presentación y plan global del año - Evaluación del Ámbito	Dos consejos Todas las hermanas	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette,	Presencial
Julio	10-11 14-15	Socialización y presentación de taller de comunicación Taller (correspondientes de comunicación) Conferencia (Todas las hermanas y jóvenes en formación)	Hermanas más jóvenes de la inspectoría Todas las hermanas	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Presencial
Agosto	12 20 24	- Talleres - Ponencias - Clubes	Campamentos de los Jóvenes líderes	-Revista DMA -Plan trienal ECOSAM -Plan inspectorial	Sor Marie Pierrette, Sor Monette, Sor Judith	Presencial

Fechas de la programación 2014-2015 de la FMA en Haití ideal para la presentación del plan

Elaborado por Marie Pierrette Louijuste

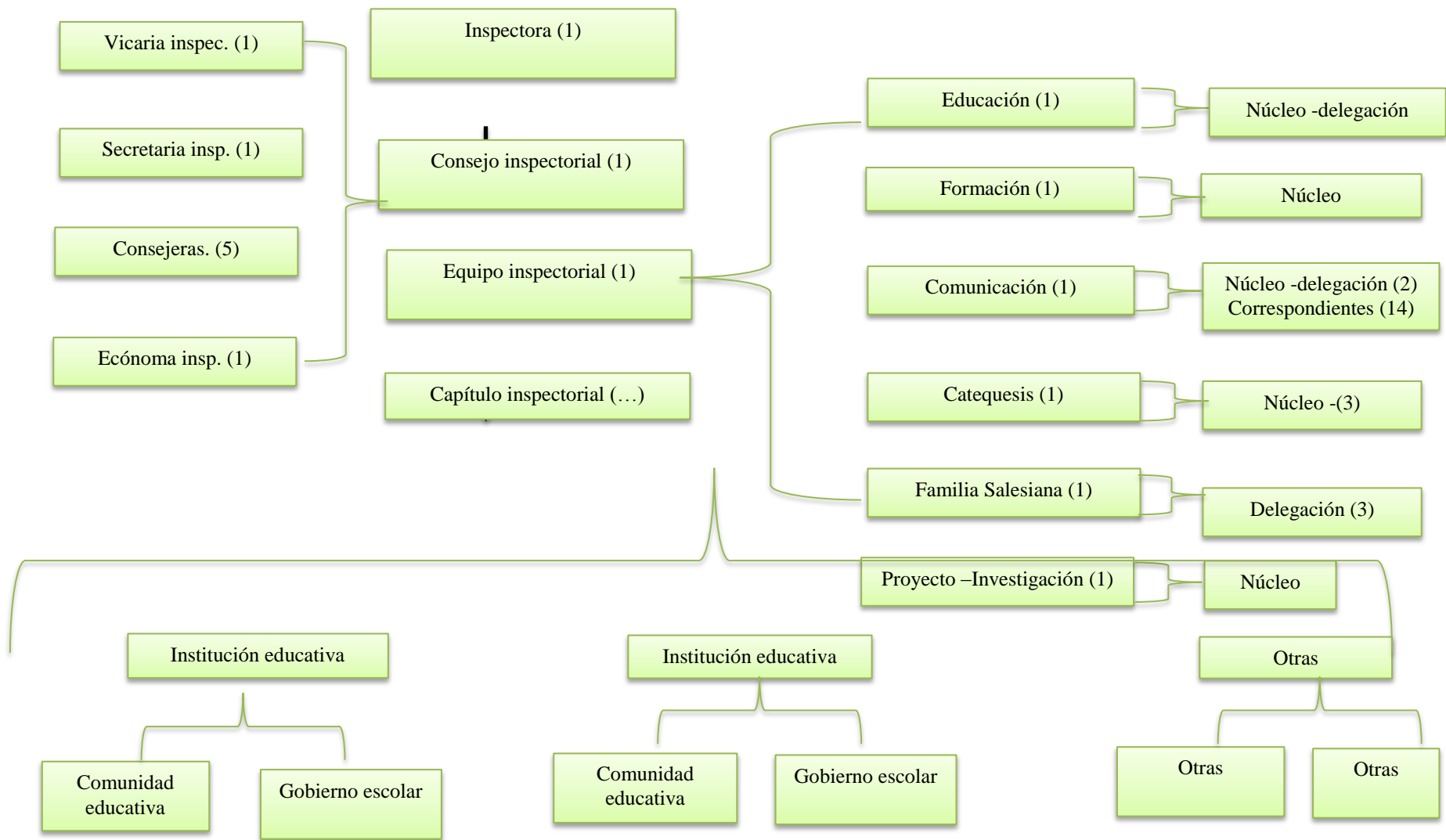
Anexo 2.

Organigrama de la comunicación al nivel institucional FMA adaptado a la Inspectoría NDPS



Anexo 3

Organigrama de la Inspectoría Notre Dame du Perpétuelle Secours Haïti



De acuerdo al organigrama (Anexo), el sistema de organización de la Inspectoría (cuadro 1), sus componentes son:

-La Inspectoría es la primera responsable, es el centro de unidad, alrededor de ella se encuentra el Consejo Provincial formado por la vicaría, la secretaria, la ecónoma y 5 consejeras responsables de los diferentes ámbitos.

-El conjunto de los ámbitos y delegaciones conforman el equipo inspectorial conocido también como equipo pastoral. Cada uno de estos ámbitos tiene un núcleo organizativo o una delegada en cada comunidad o institución educativa.

-Ámbito de la educación: encargado de la formación a todo nivel en las escuelas, colegios y formación profesional de la inspectoría; cuenta con un núcleo y delegación en cada comunidad o institución educativa, en la instancia eclesial, salesiana, religiosa y ministerial nacional. Este ámbito tiene también una oficina en la casa inspectorial encargada de la realización de proyectos, de la formación de las rectoras, vice-rectoras y rectores, de los profesores etc.

-Ámbito de la formación: es la unidad responsable de la formación inicial, continua y permanente de las jóvenes aspirantes a la vida religiosa salesiana y de las hermanas en general.

-Ámbito de la comunicación que tiene sus funciones ya definidos en los documentos del ámbitos mundiales y regional de la comunicación especialmente en el Plan Triennial 2014-2017:

- Acompañar los procesos de comunicación a nivel Inspectorial.
- Estudiar las nuevas culturas emergentes en la sociedad compleja y cambiante a nivel local y global.
- Conocer y utilizar los nuevos lenguajes, comprensiones y sensibilidades actuales.
- Favorecer la interacción entre evangelización, nuevas sensibilidades y culturas juveniles.
- Promover una lectura crítica del contexto sociocultural, comunicativo y político, para vivir la ciudadanía evangélica.

- Establecer comunicación con las comunidades locales, con los agentes de pastoral y referentes de comunicación.
- Promover la calidad informativa de la comunicación interna y externa de la Inspectoría.
- Incentivar la democratización y el acceso al uso de las nuevas tecnologías.
- Elaborar, con un equipo interdisciplinario, proyectos que favorezcan la formación de los laicos y las Hermanas en lo que concierne a la Educomunicación.
- Impulsar el trabajo en equipo y en red.
- Favorecer la convergencia de la acción pastoral con los otros ámbitos.
- Cuidar el enfoque educomunicativo en la Programación Inspectorial.
-

-**Ámbito de la Catequesis:** su rol es la coordinación de la catequesis al nivel inpectorial y encabeza las delegadas responsables de los grupos de compromisos.

- **Ámbito de la Familia Salesiana:** con la responsabilidad de coordinar los equipos responsables de las y las Exalumnas (AE) , las y los cooperadores (CC.SS), Asociación de Devotos de María Auxiliadora (ADMA), La Asociación de Mama Margarita (AMM), las delegadas de los Movimientos Juveniles Salesianos (MJS).

- **Ámbito de proyecto e investigación:** esta entidad más reciente del consejo se ha formado para potenciar la realización de proyectos dentro de inspectoría y de cada comunidad en el objetivo de crear la unidad en las demandas específicas.

- **La institución educativa o comunidad educativa** tiene su propia organización con un consejo local y la comunidad educativa donde funciona el gobierno escolar con diferentes ministros o ministras. Hasta ahora, solamente una institución posee un ministerio de comunicación dentro del gobierno escolar.

Anexo 4.

Modelos de Evaluación

Lista de cotejo # 2				
Fecha				Evaluación
Curso				# de Si Nota
Sector				
Tiempo				
Evaluado				
Evaluador				
Escala				
#	Concepto	Si	No	Observación
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
	Total			

Guía de observación						
Participante:		Asig. :	Fecha:			
Tema:						
Criterio	Rasgos	EXC	MB	B	M	NR
Aspectos Generales	Puntualidad					
	Uso del tiempo					
	Originalidad					
	Contacto visual					
Contenido	Vocabulario					
	Dominio del contenido					
	Atención a los participantes					
	Ejemplifica					
	Argumenta					
	secuencialidad					
Lámina	Tamaño de letra					
	Ortografía					
	Rotulado					
	Pulcritud					
	Calidad del contenido presentado					
Observación						
Evaluated por			Firma		Fecha	

Numero de talleres realizados		Diseño de producto comunicativo										
Mínimo		conceptos	Nivel Académico					Cumple		A Mejorar	Participantes	Observ.
Máximo			EX	MB	B	R	M	SI	NO			
		concepto 1										
		Concepto 2										
		concepto 3										
		concepto 4										
		concepto 5										

Mapa de evaluación- Escala de Nota Final								
Contenidos	Interés	Situación inicial	Situación actual	A mejorar	Responsable	Materiales incrementado	Equipos de comunicación	Observación
Concepto 1								
Concepto 2								

Elaborados por Marie Pierrette Louijuste

