

54  
2e



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

ACATLÁN

EL MATERIAL DE COMUNICACION Y LOS  
REQUERIMIENTOS PARA UNA FORMACION  
RELIGIOSA EN LA SOCIEDAD ACTUAL

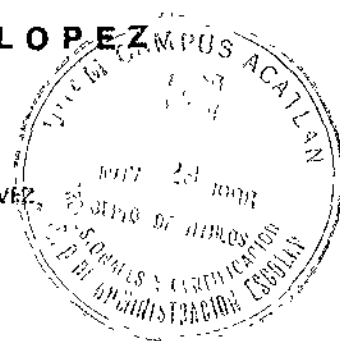
MEMORIA DEL DESEMPEÑO  
P R O F E S I O N A L

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACION COLECTIVA

P R E S E N T A :

ARTURO VALLIN LOPEZ

ASESOR TIC DIEGO JUAREZ CHAVEZ



NOVIEMBRE DE 1998



UNAM  
CAMPUS ACATLÁN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

216763



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## *Agradecimientos.*

*Dios... por dejar que mi existencia se llene de personas  
lugares,  
y momentos maravillosos...*

*Rafael y Ana... por regalarme la vida.  
Los amo.*

*José Ortuño... juntos recorrimos el camino desde la  
nada...  
Por ser antes que todo  
y más allá de la muerte  
MI AMIGO.*

*Adriana... tu amor me ayuda a madurar  
y darle sentido a la vida.*

*A mi familia... es especial a Cuco, por su  
inquebrantable espíritu.  
Eres ejemplo y fortaleza.*

*A Vicente... por brindarme su apoyo y experiencia.  
Adriana... por su nobleza.  
María Elena... por su empeño y sensibilidad.  
Vicente Jr. por su rebeldía.*

*A todos mis amigos... Rafa, Lázaro (Toto), Urbano,  
Gabriel, Jorge (Seso), Miguel,  
Pavel, Xavier.  
Alejandro (Fiu-Fiu), por tantos  
buenos momentos.*

Mis poetas... Benedetti, Bono, Bosé, Cavafis, Ceratti,  
Paz, Pellicer, y por supuesto,  
Jaime Sabines.

A todos los jesuitas, en especial a:

Nicanor González  
Francisco Ramírez  
Jesús Escalante  
Benito Campos  
Carlos Pérez de la Peña

A mis profesores... Mayté Franco, por las primeras  
palabras, letras y números.

Diego Juárez... por su sabiduría, paciencia, tiempo,  
amistad...  
y al que puedo llamar MAESTRO.

Mi icono finisecular...

Mi ausencia presente.  
Recuerdo vivo.  
Cuya bendición me fortalece  
e inspira en mi breve existencia.

*muchas gracias...*

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>I. EL ENTORNO LABORAL</b>	
<b>A. LA COMPAÑÍA DE JESÚS</b>	
1. SU DESARROLLO EN EL MUNDO	9
2. LA PRESENCIA EN MÉXICO	13
<b>B. LA IGLESIA DE SAN IGNACIO DE LOYOLA</b>	
1. CONSTRUCCIÓN E HISTORIA	15
2. OBJETIVOS DE LA IGLESIA Y SU ESTRUCTURA COMO INSTITUCIÓN	17
<b>C. LA FORMACION RELIGIOSA</b>	23
<b>D. LA ACTIVIDAD PROFESIONAL EN LA INSTITUCIÓN</b>	24
<b>II. DIAGNÓSTICO</b>	
<b>A. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL TIPO DE PROBLEMAS	28
2. MUESTREO	
a) PARTICULARIDADES DE LA MUESTRA.	29
b) CRITERIOS DE JUSTIFICACIÓN	31

3. TÉCNICA A EMPLEAR . . . . .	33
4. ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS	
a) TABLA DE ESPECIFICACIONES . . . . .	53
b) EL CUESTIONARIO . . . . .	54
<b>B. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1. ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO . . . . .	56
<b>C. RESULTADOS DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS . . . . .	76
2. DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN PRESENTADA EN CUADROS . . . . .	89

### **III. PROPUESTAS**

<b>A. INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL DIAGNÓSTICO</b>	
1. CLASIFICACIÓN DE PROBLEMAS . . . . .	107
a) PRIORIDADES PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD PROFESIONAL . . . . .	111
b) PRIORIDADES PARA MEJORAR LA INSTITUCIÓN . . . . .	112
2. JUSTIFICACIÓN DE PROBLEMAS PRIORITARIOS . . . . .	114
3. PROPUESTAS, SUGERENCIAS, RECOMENDACIONES PARA LA PRÁCTICA PROFESIONAL . . . . .	116
4. PROPUESTAS, SUGERENCIAS, RECOMENDACIONES A NIVEL ESTRUCTURAL . . . . .	145

## **IV. CONSIDERACIONES Y CONCLUSIONES**

### **A. LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA**

1. UBICACIÓN Y SELECCIÓN DE ÁREAS . . . . .	178
2. EXIGENCIAS DEL CAMPO LABORAL . . . . .	186

### **B. CONCLUSIONES**

1. ORGANIZACIÓN, INSTITUCIÓN, RELIGIÓN . . . . .	188
2. LA COMUNICACIÓN Y LA INSTITUCIÓN. . . . .	190
3. LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN . . . . .	192
4. LA COMPAÑÍA DE JESÚS Y SUS RETOS . . . . .	194
5. LA ESENCIA . . . . .	197

<b>V. BIBLIOGRAFÍA . . . . .</b>	<b>199</b>
----------------------------------	------------

<b>VI. ANEXOS . . . . .</b>	<b>201</b>
-----------------------------	------------



## **INTRODUCCIÓN**

La vida del hombre es un continuo laberinto y una constante toma de decisiones vitales, para bien o para mal.

Como no podemos actuar siempre de la "manera correcta", y esto es porque no lo sabemos, siempre vamos a estar expuestos a cometer errores o a no realizar aquellas cosas que sean benéficas y que posibiliten un desarrollo íntegro como personas individuales e irrepetibles que forman parte de una sociedad.

En toda la historia de la humanidad, mujeres y hombres se han visto en la necesidad de compartir alegrías, sufrimientos, dolores, satisfacciones, esfuerzos, fracasos, guerras, etcétera.

Desde tiempos inmemoriales el nacimiento, cuidado, desarrollo y transformación/donación de la vida es posible sólo mediante la interrelación entre dos o más personas.

Nunca las relaciones han sido fáciles, más bien podemos afirmar que el proceso y la historia de la humanidad se ha marcado por acontecimientos difíciles; sucesos que nos llenan a veces de horror y otras tantas de estupor al verificar la tremenda capacidad destructiva del hombre. Esa capacidad va a la par del sentimiento noble de creación y de superación del ser humano.

En la intimidad de las personas hay una lucha entre los deseos más desinteresados y otros que buscan a toda costa la satisfacción de instintos y egoísmos.

Lo que conocemos como valores y virtudes se contraponen a lo que llamamos vicios y debilidades en las personas. Unos y otros nacen, se cultivan, se desarrollan; muchas veces se mezclan y no podemos diferenciarlos.

Si la humanidad ha podido llegar hasta donde está es gracias a una serie de acuerdos, consensos, lineamientos, leyes, los cuales de cierto modo limitan/conducen/superan las debilidades o vicios que podamos tener en cuanto a criaturas de la naturaleza. Si por un momento lo reflexionamos, no podríamos dar rienda suelta a todos nuestros instintos o deseos porque este mundo sería un caos, todavía más caótico de lo que ya es.

Los hombres primitivos nos heredaron desde hace miles de años unas formas de convivencia que han permitido el desarrollo de la comunidad, lo que llamamos actualmente sociedad.

El individuo en sí, y en sociedad, siempre ha tenido la necesidad de satisfacer elementos que le permitan tener/hacer una vida mejor, más sana, más larga, menos dolorosa. Los satisfactores pueden ser muchísimos, pero aquí los dividimos en dos grandes campos: materiales y espirituales.

Los materiales van desde la comida, una casa, vestido, hasta las necesidades sociales contemporáneas como el intercambio de información a través de telecomunicaciones.

Las necesidades espirituales nacen como una ofrenda y reconocimiento/miedo del ser humano por lo desconocido, hacia los elementos de la naturaleza que no puede dominar; pero también, estas necesidades se dan a partir del conocimiento de que el hombre es imperfecto, que necesita la ayuda del otro, que experimenta un sentimiento de gusto, afecto, comprensión, ternura, en fin.

Materia y espíritu. Dos términos que a lo largo de la historia se confunden y se explican, se confrontan y se complementan, se incluyen y excluyen.

El desarrollo de la creatividad de los seres humanos permite la transformación de la naturaleza en su beneficio: gracias al trabajo, podemos disfrutar de comodidades y una serie de elementos que posibilitan nuestro desarrollo en la vida.

Todos los sentimientos propositivos, libres, hacen posible la convivencia con aquella persona que no conozco, pero creo que junto a él/ella es posible llegar a acuerdos específicos con un fin/beneficio mutuo.

Las necesidades espirituales de los hombres muchas veces contribuyeron a buscar respuestas donde la racionalidad y lo material no las tienen. Nace el culto por lo desconocido, a las fuerzas de la naturaleza, los dioses de los elementos, y, de manera particular, la religión.

Sin una profundidad filosófica -que no es el objetivo del trabajo- bien podemos entender a la religión como el conjunto de creencias y ritos compartidos, aceptados, y que se manifiestan por un grupo de personas, en un momento y lugar particular, bajo condiciones sociales específicas.

La religión, en la vida del hombre, ha sido y es, el complemento espiritual natural (que existe en la materialidad de este mundo) capaz de potenciar en él sentimientos, creencias, valores, limitantes, etcétera.

Si coincidimos que somos una parte de la naturaleza compuesta por materia y por espíritu, la experiencia de muchas generaciones de personas indica que, para nuestro crecimiento y desarrollo en la vida necesitamos de la educación e instrucción como fuentes de conocimiento, para dominar las herramientas indispensables y sortear las dificultades de la vida.

Hay muchas herramientas que son básicas; una que nos interesa particularmente es la comunicación.

La comunicación posibilita adentrarnos en el mundo y que el mundo conozca de nuestra existencia.

Gracias a ella nos vamos enterando de los requerimientos que la vida exige para desarrollarnos y dejar huella en ella.

Es la base de las relaciones entre los hombres; a falta de ésta, muchas guerras y sangre ha corrido por el mundo.

La comunicación une; utilizada de mala fe divide.

Vínculo entre hombre y mujer, su carencia transforma realidades, construye universos disímboles.

Ironía de la modernidad: más que nunca estamos empapados de comunicación pero, es lamentable constatar su rechazo, olvido o abuso en beneficio de causas particulaes no necesariamente útiles para la sociedad.

La comunicación se manifiesta de diversas formas: miradas, sonrisas, roces, palabras, imágenes, pinturas, libros, películas; también el amor lo podemos ofrecer en estas maneras.

La comunicación, para ser llamada así, necesita de al menos dos actores, una intención común y el compartir un espacio y momento específico.

Las necesidades materiales se informan o se expresan, se comunican; las espirituales también.

Hace casi 2 mil años, un hombre llamado Jesús de Nazareth nos comunicó algo. Fundó su Iglesia y le encomendó el cuidado y transmisión de su mensaje.

El mensaje tiene que ver con las necesidades espirituales de mujeres y hombres y también, por qué no, para orientar propositivamente los requerimientos/satisfactores materiales.

Una Iglesia es en esencia una comunidad de fieles, de creyentes que se desempeñan de cierta manera, cumplen ciertas reglas (por convicción) y quieren decir /comunicar ciertas cosas.

A lo largo de la historia, se han desarrollado y fundado muchas Iglesias cuyo sustentó es el mensaje de ese mismo Jesús.

La comunicación que en particular ofrece la Iglesia Católica es una invitación a vivir de cierto modo en consideración con la naturaleza, con la sociedad y con uno mismo, de una forma tal que las necesidades de la vida sean una oportunidad de conocer/sentir lo que este mundo ofrece y más; la invitación no se agota en este contexto sino que asegura otra vida, la cual no podemos sentir/conocer en este momento pero que es verdad.

El mensaje de la Iglesia es a la vez una invitación para la educación religiosa de las personas, puesto que considera que una adecuada formación en este sentido ayudará a hombres y mujeres en su desempeño en el hogar, trabajo, escuela, comunidad, etcétera.

La formación religiosa, que es una educación en la fé, es, entre otras cosas, un ofrecimiento de comunicación real con la familia, los amigos, compañeros de trabajo y con todas las demás personas de nuestra comunidad y de nuestro tiempo.

La comunicación real que se pretende dar en la Iglesia Católica es de que sí es posible la interrelación entre los hombres y sociedades, civilizaciones, credos, culturas, religiones.

Dentro de la estructura de la Iglesia Católica, hay una comunidad de hombres dedicados a cumplir con su misión. Tiene por nombre Compañía de Jesús y a lo largo de sus más de 500 años de existencia procura llevar el mensaje en cualquier parte del mundo a donde se le envía.

La comunicación de este mensaje se da por diferentes modos; uno de ellos es la formación religiosa de las personas.

Analizar el trabajo específico de una comunidad de la Compañía y el papel de la comunicación en una institución en particular es el objetivo de esta memoria.

La experiencia laboral desde hace más de seis años en la Iglesia de San Ignacio de Loyola, ubicada en la colonia Polanco, en México, D.F., alienta la voluntad de analizar metodológicamente el trabajo que desempeña esta institución religiosa.

El tema central abarca dos grandes aspectos: los materiales de comunicación que se usan y se proponen para la formación religiosa de la comunidad que acude a la Iglesia de San Ignacio y, por otro lado, analizar los problemas que dentro de la Iglesia limitan los objetivos para los cuales trabaja y debe atender.

Los puntos particulares a estudiar son:

1.- Una revisión histórica de la Compañía de Jesús y de la Iglesia de San Ignacio como parte del entorno laboral.

3.- A partir de una interpretación de la información que se recoja, proponer soluciones, para el material de comunicación y para el funcionamiento interno de la Iglesia de San Ignacio.

4.- Finalmente, se hará una reflexión del papel de la comunicación, a nivel personal y a nivel institucional para la Compañía de Jesús, como una herramienta que tiene que revalorarse adecuadamente ante los nuevos retos y dificultades que nos presenta la realidad de fin de siglo.

Esta opción de Memoria de Desempeño Profesional, hace posible una reflexión, metodológicamente sólida y desde una perspectiva cualitativa, aprovechando al máximo la experiencia laboral y como egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP-Acatlán, en beneficio de la comunidad de religiosos y laicos de la Iglesia de San Ignacio de Loyola, propósito esencial del trabajo.

A. Vallín.

# I EL ENTORNO LABORAL

## A. LA COMPAÑÍA DE JESÚS

### 1. SU DESARROLLO EN EL MUNDO

Para comprender los objetivos de la Iglesia de San Ignacio de Loyola, veamos los orígenes de la Orden Religiosa encargada de administrar los servicios del culto en la Institución.

La Compañía de Jesús fue fundada en el año de 1540 por Ignacio de Loyola, un ex-soldado vasco, hombre amante de las armas que nace en 1491 en la casa señorial de Loyola, cercana a la pequeña ciudad de Azpeitia, provincia de Guipúzcoa en lo que actualmente conocemos como País Vasco en España.

En el año de 1521 ya como militar, defiende la ciudad de Pamplona del ataque de las tropas francesas; es herido de gravedad en una pierna y durante su convalecencia lee historia de santos y la vida de Cristo. En esos días experimenta una conversión espiritual y decide dedicar su vida al servicio de la Iglesia, para lo cual se esmera en prepararse y estudiar en las universidades de Barcelona y París, a la edad de 33 años. En esas instituciones conoce a un grupo de amigos quienes deciden unirse a sus ideales en el servicio a la Iglesia Católica.

Ignacio de Loyola es ordenado sacerdote en la ciudad de Venecia, Italia en el año de 1537; dos años más tarde, él y sus compañeros se van a vivir a Roma a las órdenes del Papa Paulo III.

El 27 de septiembre de 1540 se funda la nueva Orden Religiosa adoptando el nombre de "Compañía de Jesús", la cual es una corporación aprobada por la Santa Sede (el Vaticano) cuyos miembros se comprometen a observar determinados reglamentos. En el caso particular de la Compañía de Jesús existen tres votos (juramentos) perpetuos: pobreza, castidad y obediencia, destacando este último como un compromiso que la Orden tiene de fidelidad para con los mandamientos y disposiciones que mande el Papa en cualquier tarea que se les asigne.

La inspiración de la Compañía de Jesús está determinada por lo que se conoce como "Ejercicios Espirituales" que son unas reflexiones hechas por Ignacio de Loyola, el cual, los sintetiza: *"así como el pasear caminar y correr son ejercicios corporales, de la misma manera todo modo de preparar y disponerse para quitar de sí todos los afectos desordenados, y hallar la voluntad divina en la propia vida, se llaman ejercicios espirituales"*.<sup>1</sup>

Los "Ejercicios Espirituales", son un método para ayudar al que hace los Ejercicios (el ejercitante) a encontrar lo que Dios quiere de su vida.

---

<sup>1</sup> COMPAÑÍA DE JESÚS, Jesuitas de México p 4

La historia de la Compañía nace en una época caracterizada por:

1) Un intenso conflicto dentro de la Iglesia a partir de la Reforma Protestante de Lutero.

La Reforma Protestante ayudó a la Iglesia Católica a tomar conciencia del terrible estado de abandono espiritual del pueblo cristiano. Los primeros jesuitas se dedican a impartir los ministerios sacerdotales más tradicionales como la predicación, la práctica sacramental, la enseñanza de la doctrina combinados con nuevas iniciativas y estrategias pastorales:

- a) los ejercicios espirituales
- b) las misiones populares
- c) el uso del teatro en la enseñanza, liturgia y catequesis.

Cabe destacar que en la renovación teológica de la época, marcada por un nuevo espíritu humanista y por la Reforma Protestante, los teólogos de la Compañía se distinguieron de manera particular en el Concilio de Trento.

2) Una expansión de las fronteras geográficas. Con el descubrimiento de América y de las nuevas rutas de comercio hay una auténtica revolución en el campo del conocimiento y de las letras. Los jesuitas se hacen presentes en la enorme tarea de llevar la fe a los nuevos territorios de misión, aceptando el riesgo de unirse (críticamente en algunas ocasiones, ingenuamente en otras) al esfuerzo expansionista de los grandes imperios europeos de la época: España y Portugal; los jesuitas recorren los nuevos mundos que se abren a la actividad misionera de la Iglesia Católica.

3) Educación de la juventud.

El apostolado (enseñanza) de la educación de la juventud ocupa las energías de la mayoría de los jesuitas a lo largo de la historia. De todas partes hay peticiones para fundar colegios. De la experiencia de los jesuitas en la educación surge un método conocido como *Ratio Studiorum* (Orden de los estudios) la cual consiste en un conjunto de normas y estrategias pedagógicas que tratan de fomentar la formación integral del hombre cristiano en armonía con la fe y la cultura humanista de aquel tiempo.

En esta etapa de su historia, la Compañía realiza aportes en el campo de la ciencia y la cultura.

La historia de la Compañía ha tenido momentos difíciles, tal es el caso de la supresión decidida por el Papa Clemente XIV en el año de 1773. La decisión culminó un proceso que se fue desarrollando desde inicios del siglo XVII.

Los principales motivos de la supresión fueron:

1) Luchas contra los jansenistas.

En el siglo XVII en Francia hay una gran influencia del predicador Cornelio Jansens quien predica un concepto de la religión sumamente rigorista y reduccionista.

2) Conflictos con las tendencias monárquicas absolutistas.

Con la consolidación de las monarquías surge una tendencia a ver el poder del rey como absoluto. No se extraña que un grupo como los jesuitas, al servicio del Papa, jefe de la Iglesia, pero también de un Estado extranjero (la Santa Sede), entrara en lucha abierta contra ciertos poderes políticos.

### 3) Conflictos dentro de la misma Iglesia por las misiones.

Los intentos de inculturación<sup>2</sup> y adaptación del Evangelio a las culturas de los territorios de misión, no fueron siempre bien vistos por parte de los coordinadores de las misiones de la Iglesia

### 4) Errores de los mismos jesuitas.

Hubo algunos miembros de la Orden que eran confesores en cortes europeas, y por la confianza que se ganaron entre las élites no mantuvieron la debida distancia en los asuntos de gobierno, además, irónicamente el rápido crecimiento de la Orden (22 mil al momento de la supresión) no siempre permitió que sus miembros vivieran con el modelo deseado y predicado por su fundador Ignacio de Loyola; no en pocas ocasiones, los asuntos relacionados con las actividades en dependencias gubernamentales o en los colegios apartaban a los jesuitas del modo de vivir sencillo y modesto impulsado por él.

La supresión fue precedida por las expulsiones de la Orden de las grandes potencias europeas y sus colonias. El 21 de junio de 1773 el Papa Clemente XIV firmó el decreto de supresión de la Compañía. Cabe señalar que el mismo Papa dispuso que la medida no tuviera valor en las Provincias y casas donde no fuese expresamente promulgado.

Catalina II, emperatriz de Rusia, no promulgó el decreto en sus territorios ya que no quería perder la presencia de la Orden en la educación. Incluso se pudo abrir un noviciado (casa donde se forman futuros sacerdotes) en 1797.

41 años después, en 1814 el Papa Pío VII restablece la Compañía en todo el mundo, la cual, se enfrenta a una realidad distinta ya que si bien en el siglo XVIII hubo avances en el sentido de la educación religiosa y en la ética en general, para la primera parte del siglo XIX hay una vuelta hacia formas de enseñanza mas bien conservadoras condicionadas por el ascenso de la nueva clase burguesa.

En esta etapa de su historia, la Compañía se dedica a:

1) Reanudar su labor educativa, la cual ya no estaba marcada por su fidelidad original de la Compañía Antigua.

2) Fomentar y orientar los grandes movimientos de piedad del siglo XIX: los Ejercicios divulgados al clero, religiosos y seglares; la devoción al Sagrado Corazón, al Apostolado de la Oración, las Misiones Populares, Congregaciones marianas.

3) Nace la Pastoral Obrera cuya misión es el anuncio del Evangelio en los incipientes círculos obreros, en las obras sociales y escuelas populares.

4) Continuar la labor de publicación e investigación a todos los niveles de las ciencias y de las letras.

El siglo XX marca algunos acontecimientos que afectan la estructura de la Orden: en España, en la Guerra Civil, los jesuitas fueron expulsados nuevamente; las dos guerras mundiales y sus secuelas; el comunismo y la expansión soviética en Europa oriental y central arrasó con Provincias enteras de la Orden. La extensión del comunismo en China, destruyó la estructura misionera levantada con más de un siglo de esfuerzo. En Africa y Asia, al tomar los

<sup>2</sup> Es un término que utiliza la Compañía de Jesús que se refiere a un pensamiento en las perspectivas de comprensión del ser, de la vida y la convivencia, las categorías y esquemas de interpretación, las formas de pensar y expresarse, etcétera, de una determinada cultura y que ayuda a la relación enseñanza-aprendizaje que se da en una situación hermenéutica (situación histórica y cultural) propia, desde la perspectiva de cada cultura y pueblo



gobiernos el control de la educación en diferentes países, entraron en conflicto con los misioneros quienes habían servido en las escuelas para la educación en general y por supuesto la formación religiosa en particular. En algunos países, se formó un nacionalismo recalcitrante, creando una atmósfera hostil contra los extranjeros principalmente con los que se dedicaban a la propagación de la religión.

Hasta ya entrada la mitad del siglo XX, hay en la Iglesia un estilo conservador, paternalista y hasta elitista en su estructura y en la doctrina. Filósofos jesuitas son pioneros de un nuevo rumbo, participando en la transformación social y cultural de nuevos modelos de vida que nacen en la socialización, la urbanización, industrialización y la intercomunicación, así como nuevos estilos de pensar, sentir y vivir entre los hombres: nuevos valores. Hay filósofos de la Compañía que se dan cuenta del auge de un sentimiento de libertad y la aspiración universal de los hombres y mujeres hacia una vida plena y libre. Se destacan Teilhard de Chardin, Karl Rahner, Henri De Lubac, Pedro Arrupe, etcétera, quienes proponen que ante una realidad compleja, por encima de todo, el objetivo de la Compañía y para toda la Iglesia Católica en general debe ser la lucha por la fe cristiana, sus valores, y por la justicia e igualdad entre hombres y mujeres que la misma fe exige.

En esta época se revitalizan los principios originales de la Orden dando prioridad especial al diálogo con el mundo, a la renovación del apostolado, al compromiso con los pobres y la lucha contra las estructuras injustas.

Se atiende la importancia de participar en los nuevos modelos de la vida que nacen de la socialización, industrialización y la intercomunicación en la vida y relaciones de los hombres. Enfatizan el sentimiento de libertad y la aspiración de la humanidad hacia una vida más plena, aspectos que por supuesto cambian la percepción y el orden mismo de la Iglesia y toda su estructura; se pretende atender a los ateos y en general estudiar y relacionarse con culturas que niegan a Dios y estudiar las condiciones materiales de este siglo que han llevado a los hombres a una búsqueda de la comodidad y placer y que estos modos de vida "despreocupados" alejan a los hombres de los hombres mismos, de Dios y por lo tanto se fomentan modos de vida excluyentes, deshumanizados, insensibles.

La Congregación General 32 (asamblea representativa de los jesuitas de todo el mundo y máxima autoridad) celebrada en 1975 estipula como identidad de los jesuitas: "*¿Qué significa ser jesuita? Reconocer que uno es pecador y, sin embargo, llamado a ser compañero de Jesús, como lo fue San Ignacio*".<sup>3</sup> Y en otra de sus anotaciones: "*¿Qué significa ser compañero de Jesús? Comprometerse bajo el estandarte de la cruz en la lucha crucial de nuestro tiempo: la lucha por la fe y la justicia*".<sup>4</sup>

En enero de 1995, durante la última Congregación General (número 34), hay un apartado especial para las diferentes regiones y Provincias del mundo. En particular para América Latina señala: "*los jesuitas de América Latina que se ven ante sociedades de una enorme disparidad de vida entre ricos y pobres, siguen estando del lado de los pobres y trabajando por la justicia del Reino, al tiempo que ayudan a que la voz de los pobres instruya a la Iglesia acerca del Evangelio, utilizando la riqueza de la fe popular y de las culturas indígenas*".<sup>5</sup>

La historia de la Compañía de Jesús nos muestra una orden religiosa comprometida en la medida de sus posibilidades, con los entornos histórico, político y social de la

<sup>3</sup> Idem p 10

<sup>4</sup> Ibidem p. 10

<sup>5</sup> Idem p 11

época. La manera particular en que su fundador la condujo y procuró darle ciertos lineamientos, obedece a una profunda convicción interior de que la transformación de hombres y mujeres es posible a través de la educación y la enseñanza de la fe cristiana. Por el momento histórico de su nacimiento, la Orden no fue insensible a los cambios que ocurrían en el mundo a partir del descubrimiento de nuevas culturas, nuevos pueblos situados más allá de los mares. El espíritu misionero de los jesuitas se veía reflejado en el momento de acompañar a las potencias europeas en la conquista (espiritual) del llamado "Nuevo Mundo"

## 2. LA PRESENCIA EN MÉXICO

Ahora bien, la historia de la Compañía en México no podía ser menos intensa y llena de altibajos como en su camino en el mundo.

Aunque Ignacio de Loyola quiso enviar jesuitas a la Nueva España, no pudo hacerlo mientras vivió. La Provincia Mexicana fue fundada por el tercer Superior General, Francisco de Borja. Los primeros jesuitas (15 en total) llegaron a la actual ciudad de México el 28 de septiembre de 1572.

A fines del siglo XVI, la Provincia contaba ya con 274 miembros y los apostolados que ejercieron los jesuitas en la época de la Colonia fueron dos: los colegios y las misiones entre los indígenas.

Atendieron colegios en 25 ciudades y establecieron 10 territorios misionales en lugares conquistados por ellos. Las misiones jesuitas corresponden a los actuales estados de Sonora, Chihuahua, Sinaloa, Nayarit y Baja California.

Destaca como misionero el P. Eusebio Kino, infatigable viajero en Sonora quien descubrió que Baja California no era una isla como se creía. Su esfuerzo evangelizador lo llevo hasta el territorio actual de Arizona.

Los jesuitas de la Colonia, mediante su apostolado educativo indigenista y popular, y a través de la promoción que hicieron del culto guadalupano, contribuyeron a formar la nacionalidad mexicana. Su alumno el P. Miguel Hidalgo y Costilla iniciaría la revolución de independencia del país. Esta actividad cesó en 1767 cuando Carlos III expulsó a la Compañía en sus dominios americanos.

Hasta el año de 1814, fue restaurada la Orden por medio del rey Fernando VII. Casi al comienzo de su reorganización, fueron suprimidos de nuevo. No pudo ser restaurada la Compañía sino hasta 1853, pero de manera efímera, en 1855 el Congreso Constituyente Liberal suprimió nuevamente a la Orden.

Tras una breve restitución en la época del Imperio Mexicano (1863), los jesuitas salieron desterrados en 1873 por órdenes del presidente Lerdo. Sólo a partir del año de 1878 la Provincia pudo establecerse definitivamente en el país.

Se abrieron templos y colegios, retornaron a su misión en la Tarahumara. En 1880 eran 26 los jesuitas en México. Para 1914 sumaban ya 335 pero en ese año hubieron de paralizar sus actividades por la lucha revolucionaria que asoló a México y que trajo consigo el cierre de templos y demás actividades.

Para el año de 1926, un sangriento conflicto entre la Iglesia y el Gobierno (la Guerra Cristera) a causa de la aplicación de leyes anticlericales obligó a los obispos al cierre de todos los templos. El 23 de noviembre de 1927, el P. Miguel A. Pro fue fusilado por el Gobierno

uniéndose su muerte a la de otros 50 jesuitas que habían sido martirizados en la época de la Colonia a causa de la predicación de la fe católica.

No fue sino hasta la década de los 40's que se observó el crecimiento y auge de la Orden en México.

Hasta la fecha, siguiendo los lineamientos de las últimas Congregaciones Generales, los jesuitas en México llevan a cabo sus objetivos: promover la fe y la justicia a través de diversas actividades: atención pastoral en parroquias, educación formal en colegios y universidades, proyectos de educación con los campesinos, con los indígenas y en centros suburbanos, centros de investigación y difusión, presencia evangelizadora en algunas zonas del país como se ilustra a continuación:



- |                    |                         |
|--------------------|-------------------------|
| 1 - TIJUANA        | 13 - BROWNSVILLE, TEX.  |
| 2 - HERMOSILLO     | 14 - HUAYACOCOTLA, VER. |
| 3 - CHIHUAHUA      | 15 - MEXICO, D.F.       |
| 4 - TARAHUMARA     | 16 - CUERNAVACA         |
| 5 - TORREON        | 17 - PUEBLA             |
| 6 - PARRAS         | 18 - XALAPA, VER.       |
| 7 - TAMPICO        | 19 - CHINAMFECA, VER.   |
| 8 - ISLAS MARIAS   | 20 - OAXACA             |
| 9 - CIUDAD GUZMAN  | 21 - TABASCO            |
| 10 - GUADALAJARA   | 22 - CHIAPAS            |
| 11 - PUENTE GRANDE | 23 - MERIDA             |
| 12 - LEON          | 24 - CAMPECHE           |

La Compañía de Jesús en nuestro país ha colaborado en el campo de la educación y en la propagación de los valores cristianos que predica la Iglesia Católica. Esta información nos permite dar un marco histórico con la finalidad de proporcionar los elementos pertinentes que ayuden a comprender el modo y el significado que la educación -y la formación religiosa particularmente- tiene en la Compañía de Jesús y específicamente en la Iglesia de San Ignacio de Loyola, Polanco, que es la institución donde desarrollamos nuestras labores.

## **B. LA IGLESIA DE SAN IGNACIO DE LOYOLA**

### **1. CONSTRUCCIÓN E HISTORIA**

En la ciudad de México hay varias obras de la Compañía en las cuales se da ayuda y orientación en varias tareas: educación a nivel superior, capacitación para el trabajo, servicios religiosos entre otros.

Precisamente, uno de los templos administrados por los jesuitas lleva el nombre de su fundador, la Iglesia de San Ignacio de Loyola, que se ubica en la esquina que forman las avenidas Horacio y Moliere, colonia Polanco, delegación Miguel Hidalgo, México, D.F.

La Iglesia se construye a partir de la necesidad de tener una capilla para la formación espiritual de los alumnos del Instituto Patria, A.C., colegio dedicado a la educación primaria, secundaria y el bachillerato dirigido por sacerdotes jesuitas.

El P. Luis Gutiérrez Valladares en el año de 1951 era director de la "Escuela Apostólica" (centro de preparación de jóvenes a la vida religiosa), se interesó en la construcción de un templo y junto con los Directores Espirituales del Instituto Patria les pareció adecuado la compra de un terreno baldío situado a un lado del colegio, precisamente en la esquina de las avenidas Horacio y Moliere. El terreno contaba con una superficie de 1,525 m<sup>2</sup>.

Por medio de donativos se compró el terreno a la Sra. Dolores Nuñez V. de Cuevas quien concedió facilidades para pagarlo; la compraventa se firmó el 18 de junio de 1952.

Como el Instituto Patria no tenía medios económicos para financiar la construcción de la Iglesia, se formó un patronato para conseguirlos. Al darle personalidad jurídica al patronato se acordó nombrarlo Fomento Cultural, A.C. y el día 18 de marzo de 1956 se firmó su acta constitutiva.

Se autorizó la construcción del templo por parte de la Compañía de Jesús y también por parte del Arzobispado de México así como de las autoridades civiles quienes dieron las licencias de construcción por parte de la Dirección General de Obras Públicas el día 24 de septiembre de 1957.

El arquitecto Juan Sordo Madaleno fue el director de la obra.

Para su financiamiento, se precisó desde el inicio que las fuentes de ingreso serían:

- 1) La cooperación de los padres de familia del Instituto Patria.
- 2) Ayuda con materiales y trabajo.
- 3) Espectáculos, fiestas, sorteos, etcétera.

La ayuda por medio del trabajo donado fue muy importante, cabe destacar la labor de la junta directiva del patronato (en todos los asuntos administrativos y legales) y el comité de damas del colegio, encargadas de organizar las fiestas y espectáculos, desde la tarea de vender boletos hasta la atención en kermesses, obras teatrales, conciertos, tardes mexicanas, etcétera.

El 7 de agosto de 1955, el P. Enrique Ma. del Valle, superior de los jesuitas en México, colocó la primera piedra, pero no fue sino hasta dos años después el 1 de abril de 1957 que se iniciaron oficialmente las obras.

El temblor del año de 1957 (famoso por derribar el Angel de la Independencia) contribuyó a la revisión de los cálculos del templo, los cuales, afortunadamente no se tuvieron que modificar.

El diseño de los interiores estuvo a cargo de las señoras Virginia Armella de Aspe, Magdalena Bringas de Sordo y Odette Pons de Abiega.

Junto a la Iglesia se edificó también una pequeña casa con los servicios suficientes para el P. Capellán (Rector) y un P. Vicario. Asimismo el arquitecto Sordo Madaleno procedió a colocar un pararrayos en el templo

Luego de 5 años de labores, el 31 de julio de 1961, se termina y se bendice la Iglesia. Se hace en ese día por ser la fiesta de San Ignacio.

El templo tiene un cupo aproximado para 600 personas, y el altar está orientado hacia el este, por donde aparece el sol, siguiendo una tradición del cristianismo primitivo.

El Cristo monumental es obra del artista español Pablo Serrano a quien le fue encomendada la obra durante un viaje que realizó por Madrid en arquitecto Sordo Madaleno. El 25 de junio de 1965 se recibió la escultura procedente de España y se colocó y bendijo el 31 de julio.

Los padres rectores que ha tenido la Iglesia son:

P. Rodolfo Mendoza, S.J.	1961-1965
P. Edgar Ebel, S.J.	1966-1967
P. Fernando Suárez, S.J.	1967-1974
P. José Ortuño, S.J.	1974-1982
P. Francisco Gil, S.J.	1982-1988
P. José Ortuño, S.J.	1988-actualidad

Desde su inicio, la Iglesia de San Ignacio de Loyola ha procurado atender y servir a todas las personas que profesan la religión católica en los diferentes servicios religiosos como son:

- Misas y confesiones
- Bautizos
- Confirmaciones
- Primera Comunión
- Matrimonios
- Aniversarios de Boda
- Graduaciones
- Misas especiales de acción de gracias
- Diversos ministerios

## 2. OBJETIVOS DE LA IGLESIA Y SU ESTRUCTURA COMO INSTITUCIÓN

Los objetivos en la Iglesia de San Ignacio son los mismos que tiene la Compañía de Jesús a nivel general: la participación de los jesuitas en la misión evangelizadora de la Iglesia Católica, esto es la realización del Reino de Dios en toda sociedad humana, en el servicio de la fe y la promoción de la justicia. En un nivel específico, la institución procura atender los servicios básicos de la comunidad en que se encuentra, esto es, los diferentes servicios del culto y facilita la promoción de personas y actividades que colaboren con dicha misión en un nivel local.

Los objetivos de la Iglesia se basan en la continua práctica de la justicia y la misericordia, entendida como la caridad o el amor con los que mujeres y hombres deben actuar en beneficio de la sociedad universal. Esto debe ser una exigencia absoluta.

La misión de la Compañía no puede separar la promoción de la justicia y el servicio de la fe; son considerados como un factor integrador de todos los ministerios y trabajos de la Orden.

Esta misión está muy ligada con la proclamación (la enseñanza) inculturada del Evangelio, por medio de cursos a personas de escasos recursos económicos y con un nivel socio-cultural bajo (como las trabajadoras domésticas y las personas que se están alfabetizando).

Las etapas que revisa la Iglesia de San Ignacio para la realización de sus objetivos en la comunidad son:

- La propia reflexión y crítica para comprender y explicar las enseñanzas de la fe católica en el mundo actual; trabajar para con los pobres y marginados asumiendo la sensibilidad que da el contacto con los sectores menos favorecidos de la sociedad.

La Iglesia de San Ignacio se solidarizó hace poco con la capilla del mismo nombre en la comunidad de Chalco, Estado de México (también atendida por jesuitas) y por medio de ayuda económica y en especie se pretende, por un lado concientizar a las personas de la injusta situación actual por la que atraviesa el país; por otra parte al trabajar en la comunidad de Chalco, la Compañía aprende del contacto con la gente sencilla, humilde, llena de fe.

- La prioridad que se da en pláticas y cursos para reflexionar en torno a exigencias y retos que plantea una sociedad más consciente, plural, compleja, que interpreta y pide un compromiso a la vez más libre y práctico en la relación hombre-valores-realidad.

- Se busca la comunicación con experiencias espirituales, valores éticos, perspectivas teológicas y expresiones simbólicas diferentes a las que regularmente conocemos y vivimos en la Iglesia. Dado que en el mundo hay una tendencia a la secularización, entendiéndose como un compromiso y tendencia a la participación más activa, numerosa y comprometida de los laicos en los objetivos de la Iglesia porque es necesario que haya una comunicación entre todas aquellas personas que, si bien no comparten y viven un modo de fe cristiana, coinciden en la promoción de un mundo de justicia y fraternidad entre hombres y mujeres.

- Se pretende la concientización de los riesgos en un mundo dividido: desniveles económicos y sociales, oposiciones de razas, fundamentalismos religiosos, creciente violencia en las grandes urbes, etcétera.

- La Iglesia de San Ignacio quiere dar un papel más comprometido a los laicos de la comunidad.

Estas personas que sin formar parte de la Compañía y de la Iglesia de manera "oficial" colaboran tan decididamente que sin su ayuda, los objetivos a cumplir serían

**prácticamente imposibles: apoyo en tareas de apostolado, formación religiosa, educación básica para adultos, cursos pre-matrimoniales, pastoral cristiana, el ministerio de llevar la comunión a los enfermos y necesitados, etcétera.**

**-Por la dimensión y complejidad de los problemas más importantes de nuestro tiempo en materia religiosa, los miembros de la Iglesia de San Ignacio (sobre todo el P. Rector y los P. Vicarios) han de estar siempre dispuestos a servir en las tareas que tienen asignadas sin menoscabo del arraigo en la comunidad o cultura en que se encuentren.**

**-Finalmente en la Iglesia se ha de vivir el ideal de servicio a todos los hombres y mujeres para que ellos mismos extiendan esos ideales de servicio y caridad con los demás.**

**Es importante señalar, que antes de este trabajo, no existía en la Iglesia de San Ignacio un intento por analizar metodológicamente sus labores a nivel estructural.**

**Es por esto, que el papel de la comunicación, que siempre se ha considerado como un medio de transmitir información, no ha tenido un grado de reflexión adecuado y esto se refleja en la carencia de análisis de contenidos, materiales de trabajo, juntas y consideraciones entre los diferentes encargados de la educación de la fe, etcétera.**

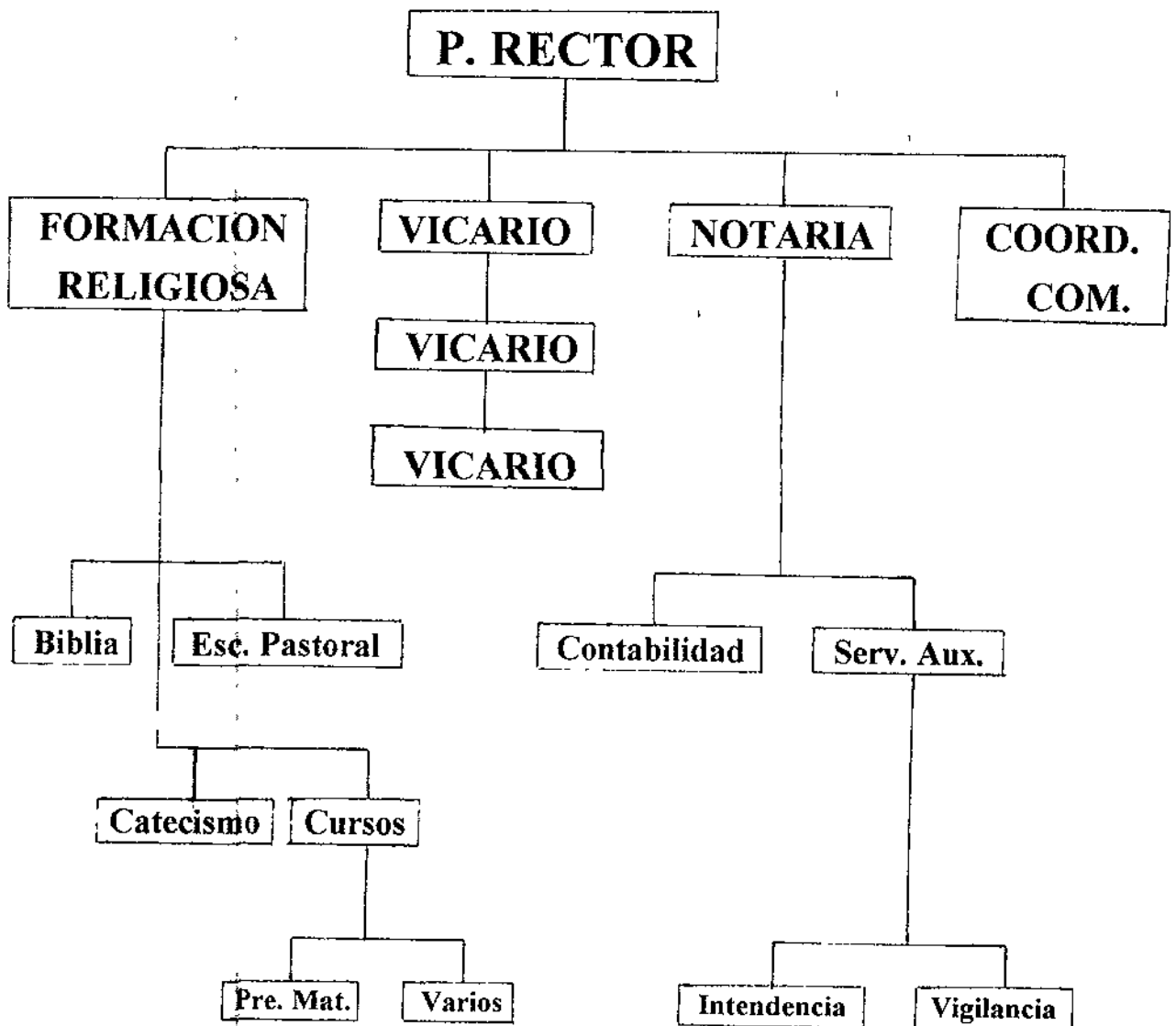
**La experiencia laboral y el estudio a nivel licenciatura de la comunicación, ha permitido desarrollar una inquietud por mejorar el servicio que la Iglesia proporciona a la comunidad en el sentido de sistematizar toda una serie de datos y experiencias que logren un mayor intercambio de comunicación a nivel estructural lo cual también incida en la elaboración/presentación de materiales didácticos en la formación religiosa de las personas.**

**Los resultados de la sistematización de la información se observan en el primer organigrama "oficial" de la Iglesia de San Ignacio, que se ilustra en la siguiente hoja.**

**Cabe señalar que, a partir de este trabajo, la coordinación de comunicación adquiere un papel fundamental en el desempeño de la Institución.**

# ORGANIGRAMA

## IGLESIA DE SAN IGNACIO DE LOYOLA, A.R.





En primer lugar, el Padre Rector es la máxima autoridad en la Iglesia de San Ignacio.

Es nombrado a su vez por el Padre Superior (se le conoce en la Compañía como P. Provincial) de México (Provincia Mexicana). El actual P. Provincial es Mario López Barrio, S.J., quien a su vez es nombrado superior de una Provincia por el P. General (Prepósito General) de la Compañía que se encuentra en la Curia General en la ciudad de Roma, Italia.

El P. Rector administra y se relaciona con los P. Vicarios y con los miembros de los otros departamentos de la Iglesia en forma personal. Al menos una vez por semana (los jueves) se reúnen el P. Rector con los Vicarios para comentar alguna novedad o asunto que se ofrezca en la comunidad.

En el organigrama de la Institución, aparecen el P. Rector en primer nivel y enseguida un P. Vicario, el departamento de Formación Religiosa y la Coordinación de Comunicación.

Propiamente el departamento de Formación Religiosa no tiene un jefe o encargado general, sino que cada titular de los diferentes cursos que se dan, consultan, opinan y se ponen de acuerdo con el P. Rector y están en contacto por lo menos con un P. Vicario que a su vez ayuda al P. Rector en algunas tareas y funciones.

El P. Rector, José Ortuño Jayme, es también el ecónomo del templo y de la casa de los Padres, atiende y supervisa todos los asuntos relacionados con la Iglesia, ofrece diferentes servicios pastorales, colabora estrechamente con el grupo de formación religiosa para las trabajadoras domésticas.

El trabajo de los tres P. Vicarios que hay en la Iglesia de San Ignacio son:

- El P. Armando Garza es consultor y confesor en el templo, asistente y colaborador en los cursos de Biblia para señoras y señores y ofrece diversos servicios pastorales.

- El P. Xavier Escalada es ministro y consultor del templo y de la casa de los Padres, es promotor para las misiones extranjeras (actualmente capellán de la Colonia Japonesa en México), dirige ejercicios espirituales y meditación profunda, es articulista del periódico "Excelsior", comentarista de TV y ayuda en los servicios pastorales del templo.

- El P. Manuel Ig. Pérez Alonso, es bibliotecario de la casa y Director del Archivo Histórico de la Provincia Mexicana de la Compañía, ayuda en los servicios pastorales de la Iglesia.

Los cursos de Formación Religiosa que se ofrecen de manera fija en la Iglesia son:

- Biblia para señoras y señores
- Catecismo
- Cursos pre-matrimoniales
- Pláticas cuaresmales
- Biblia para trabajadoras domésticas
- Estudios sobre el Nuevo Catecismo de la Iglesia Católica
- Diversos cursos según su solicitud y el calendario eclesiástico

Cada encargado o director de los cursos, se pone de acuerdo con el P. Rector quien autoriza los planes y objetivos que se diseñan para cada curso, asimismo los encargados plantean sus necesidades de espacio, tiempo y el material de apoyo que van a necesitar.

Dentro del organigrama de la institución, la notaría de la Iglesia es el departamento en donde se organizan los horarios de las ceremonias, se dan los costos, etcétera. Ahí se lleva la contabilidad de la Iglesia, junto con el P. Rector.

También es su responsabilidad ofrecer otros servicios como:

- informes de la disponibilidad de horarios y fechas de los servicios religiosos
- extensión de actas de bautizo, de confirmación, de matrimonio
- pago de la nómina
- administración del correo

En la notaría se atiende a personas que llegan a pedir un servicio en particular; se les facilita o se les da un horario para:

- que el P. Rector o algún Vicario visite a un enfermo su domicilio
- para ir a un hospital
- bendiciones de casas, automóviles, negocios, imágenes, etcétera.

Es función de la notaría transmitir las instrucciones del P. Rector a los encargados de la intendencia y de la vigilancia.

El personal de intendencia se dedica a la limpieza del templo, de las oficinas y salones de la Iglesia. También se encargan del arreglo floral de las ceremonias (en las bodas por ejemplo), el cuidado del jardín, y la preparación propia que exige cada ceremonia en particular (una misa o un bautizo).

Dada la situación de inseguridad que existe en la ciudad, el cuidado del templo así como de los feligreses y sus bienes en días especiales (como los domingos y celebraciones de precepto de la Iglesia) está a cargo del departamento de vigilancia. Hay en el templo un velador y también cuida la casa de los Padres.

Los objetivos actuales de la coordinación de comunicación son:

1) Colaborar en todas las disposiciones que tenga el P. Rector para cumplir con los objetivos de la Iglesia.

2) Procurar que la comunicación de las disposiciones del P. Rector se atiendan en los departamentos de la notaría en primer lugar así como los servicios de contabilidad y otros auxiliares (atención en la oficina de la Iglesia a las personas que lo solicitan), así como apoyar a la notaría en las disposiciones del P. Rector para los departamentos de Intendencia y Vigilancia.

3) La elaboración de material de comunicación que sirva para dar información en general de la actividades de la Iglesia y como apoyo para los cursos de Formación Religiosa que se tienen.

La producción de material comunicativo incluye:

1) Elaborar documentos, desde su investigación hasta la síntesis y redacción; en ocasiones junto con el P. Rector y otras veces solo.

2) Elaboración de carteles en donde se comunica a las personas acerca de los cursos que se tendrán en la Iglesia, sus contenidos duración, etcétera; carteles con información para los alumnos de los cursos, para motivación, para promoción, etcétera.

3) Realización de folletos, cuestionarios, cartas, en fin todo tipo de documentos que se utilizan en los cursos.

4) Conseguir material especial de comunicación que a veces no se cuenta en la Iglesia, como proyectores, diapositivas, pantallas; ya sea comprándolo o rentándolo.

5) Conseguir los libros que se utilizarán en determinados cursos.

Otras funciones de la coordinación de comunicación es apoyar a la notaria en la realización de tareas y encargos especiales del P. Rector o en la atención a personas que requieren un servicio.

Como se trata de una capilla, el numero de ayudantes del P. Rector son pocos y por ese motivo otra de las funciones en la coordinación de comunicación que tenemos a nuestro cargo son:

- Acudir al banco para el pago de diferentes servicios, el depósito/retiro de valores.
- Llevar al P. Rector o alguno de los Vicarios a casas y hospitales donde es requerido para impartir un servicio.
- Realizar inventarios del materiales diversos para la oficina y en su caso, surtir todo lo necesario, como son: cintas para máquina, hojas, sobres, timbres de correo, etcétera.
- Supervisión y compra de víveres para la casa de los Padres, así como diferentes materiales para la intendencia
- Revisar y comprar todos los libros, revistas y folletos que se utilizan a lo largo del calendario eclesiástico.
- Coordinar y/o preparar arreglos especiales para la Iglesia (adornos de Navidad por ejemplo, flores artificiales).
- Si algún material es reportado por la Intendencia para el servicio en el templo (velas, vino, hostias) se consigue.

Por encargo del P. Rector, hay ocasiones en que se supervisa el arreglo de los salones o espacios en los que se lleva a cabo algún curso, plática o conferencia, concretamente ver si están limpios, si hay suficientes sillas, que los baños hayan sido aseados, etcétera. Todo este tipo de ayuda es de gran importancia para el P. Rector sobre todo si se encuentra ocupado atendiendo a una persona, salió fuera de la comunidad, de la ciudad. Cabe mencionar que si el P. Rector no se encuentra, quedamos al frente de cuestiones administrativas que se ofrezcan y nos coordinamos con algún P. Vicario para que nada falte en la Iglesia.

Por las características de la Iglesia, las tareas de coordinación de comunicación se formalizaron desde el año de 1992, pero nuestra colaboración en ella es a partir de 1988.

Otra de las características del departamento es que no hay otras personas que colaboren en el de manera permanente; cuando se requiere por algún motivo especial (inicio de varios cursos de Formación Religiosa a la vez, por la época de año: Navidad, Pascua, la fiesta de la Iglesia) hay otra persona que ayuda en la coordinación.

El trabajo en la coordinación de comunicación permite es cierto, un contacto con todos los niveles de la Institución, pero, es importante reafirmar que está sujeto a los requerimientos del P. Rector y es a él al que debemos comentar observaciones, sugerencias o problemas que se nos presentan.

Nunca ha existido algún tipo de manual de comportamiento o de reglas para las personas que trabajan. El P. Rector asigna responsabilidades a cada miembro de la comunidad. Caso aparte es el de los P. Vicarios cuyas funciones se especifican en las reglas internas de las comunidades de la Compañía.

La Iglesia de San Ignacio, es una Asociación Religiosa. Es decir, una institución reconocida legalmente, con personalidad jurídica cuyo fin es la administración del culto y de los diferentes servicios religiosos cristianos católicos.

Al igual que todos los templos de México, la Iglesia (el terreno y toda la construcción) pertenece al Gobierno Federal quien en determinadas circunstancias puede

disponer de las instalaciones. La administración del culto la ofrecen los miembros de la Compañía y en casos especiales pueden ofrecerlo ministros de otras Ordenes.

Por la naturaleza de la institución, la mayoría de las personas que acuden a ella se acercan con respeto y de buena manera, por lo tanto, es nuestro deber corresponder de la misma forma en la medida de nuestras responsabilidades.

## C. LA FORMACIÓN RELIGIOSA

Lo que se conoce como Doctrina de la Iglesia son aquellos elementos teóricos e históricos que permiten dar a las personas conocimientos e información para el desarrollo integral de su vida en relación con la persona misma y con los demás. Estos dos niveles, el interior y el que se establece a partir de relaciones sociales, se estudian y reflexionan precisamente en la medida de las necesidades particulares, íntimas y espirituales de los hombres y mujeres.

Para la Iglesia Católica en general y para la Compañía de Jesús, está claro que el desarrollo de la humanidad se encuentra marcado por categorías de necesidades: afectivas, materiales, de educación, de información, etcétera. Ahora bien, el desarrollo social puede ser espejo del avance del conocimiento humano pero no necesariamente es un reflejo del avance del hombre como ser humano en sí.

Muchas veces nos admiramos con logros tecnológicos del hombre: la conquista del espacio, el desarrollo de los medios de comunicación masiva, el grado de salud y bienestar de ciertos países, etcétera. Pero ¿cuánto ha avanzado el hombre como tal?; es difícil ignorar que no podemos superar sentimientos de ambición, soberbia, hambre de poder, dinero, las drogas, el sexo. Hay millones de personas sin hogar, niños maltratados, jóvenes sin trabajo y esperanza para salir adelante. Millones de adultos insensibles que pudiendo colaborar para hacer algo por el prójimo, simplemente no hacen nada.

Esta es una preocupación de la Iglesia Católica en general y de los jesuitas en particular porque está claro que una de las fallas más graves de la sociedad es descuidar la formación integral del hombre y aquí no solamente la falla es a nivel educativo de conocimientos en general, sino también en la formación de valores universales básicos como serían el respeto por uno mismo y con los demás, el respeto a los padres y en sí a las personas de la tercera edad, el compromiso en y con el trabajo, la honestidad, la tolerancia con diferentes modos de pensamiento, en fin, lo podemos sintetizar por el respeto al otro, en cuanto a su derecho de vivir (bien) y con su desarrollo (material y como humano). Por lo tanto la Doctrina de la Iglesia católica proclama que una educación de hombres y mujeres es primordial para la convivencia social. La manera en que la Iglesia en sí y la Compañía de Jesús en particular colaboran para esa tarea es mediante la educación religiosa, la cual conocemos regularmente en la institución como formación religiosa.

Es precisamente la Formación Religiosa una preocupación de la Compañía de Jesús. Se desea que todos los hombres y mujeres de este mundo complejo tengan una ayuda en su formación cristiana. La Orden procura nutrir y renovar la vida espiritual de las personas, desde la niñez y a lo largo de toda su vida.

La Formación Religiosa incluye el catecismo, los retiros, la explicación e interpretación de las Sagradas Escrituras (la Biblia), la preparación para los sacramentos de la

Iglesia (bautizo, confirmación, comunión, unción de los enfermos, etcétera), estudios en ética, moral, teología, en fin todas las materias que ayuden y enriquezcan la vida de mujeres y hombres ante una difícil realidad.

Una adecuada Formación Religiosa debe reflejarse en actitudes concretas de los hombres y mujeres en relación con su entorno, con sus problemas espirituales. Una educación en la fe, permite apoyar a las personas en la templanza que el carácter solicita para resolver los enigmas que se le presentan cotidianamente.

La Formación Religiosa debe incentivar en el ser humano el conocimiento de sus valores y tradiciones, su identidad; debe motivarlo para la continua investigación y desarrollo de todo aquello que tiene que ver con su vida espiritual, con su conciencia. La Formación Religiosa debe permitir ser al hombre humilde, que por un lado vea lo frágil que es si está solo, si no valora lo que puede ser para él y su rol en la sociedad.

La Formación Religiosa debe hacer hombres y mujeres cada vez más libres y comprometidos con su entorno: su familia, amigos, su país, su mundo.

Se entiende como una persona libre aquella que es capaz de tomar decisiones y actuar, sin presión alguna en beneficio propio y para la sociedad.

La Formación Religiosa es para la Compañía el ideario de su fundador Ignacio de Loyola: "ser hombres y mujeres para los demás". Y nuestra actividad profesional en la Institución, se debe reflejar este ideario de servicio. El trabajo de comunicación que se desempeña coadyuva con El P. Rector y todos los otros elementos de la Iglesia para que los objetivos se cumplan. La relación entre la comunicación y los objetivos de la empresa es determinante para lograr que las tareas se cumplan eficientemente. Veamos cuál es la importancia de la comunicación para la empresa.

## D. LA ACTIVIDAD PROFESIONAL EN LA INSTITUCIÓN

La comunicación empapa todas las actividades en la vida.

*"La comunicación es una conquista de la evolución de las especies y una adquisición fundamental en el desarrollo emocional y cognoscitivo de los seres humanos. A través de ella incorporamos el mundo, nos lo apropiamos, lo hacemos parte de nosotros; ella nos permite incorporarnos en el mundo, habilitarlo, hacernos parte de él.*

*En la comunicación cobramos identidad: depositamos nuestro yo en los otros y éstos se depositan en nosotros. Es un espacio en el que nos hacemos y rehacemos. Nos volvemos entidad en el ejercicio de ella, en la dotación de significado, en la provocación de trascendencia y en la generación de existencia a partir de dar-nos sentido en el mundo"<sup>6</sup>*

Todas las personas somos en sí comunicación, todo nuestro cuerpo es una forma compleja de expresión para los otros. La comunicación es el acto por el cual dos o más seres vivos realizan procesos de intercambio de información en determinadas condiciones y en formas concretas orientados a un fin.

---

<sup>6</sup> JUÁREZ, D y MACIEL, M Apuntes para una perspectiva ecológica de la comunicación. p. 1

La práctica profesional en la coordinación de comunicación de la Iglesia de San Ignacio de Loyola confirma los anteriores conceptos, en las diferentes labores que se realizan.

Como profesional, tenemos ciertos objetivos que considerar y cumplir; los objetivos son proposiciones que de manera precisa se deben realizar. El profesional de comunicación debe considerar habilidades cognitivas y psicomotrices, una serie de actitudes-aptitudes que le permitan su correcto desarrollo dentro del mundo de las relaciones humanas (el sistema social). La finalidad del desarrollo de las habilidades del profesionista le permite reconocer y hacer suya la realidad, su entorno.

Se entiende por actitud (desde el punto de vista psicosocial) una predisposición permanente de un individuo a reaccionar de tal modo en cualquier situación.

Por aptitud se entiende la disposición para hacer una tarea o un trabajo, y pueden ser heredadas o adquiridas a base de aprendizaje.

Por habilidades entendemos que son aptitudes aprendidas de los individuos, para realizar tareas de forma rápida y segura.

El campo de lo cognitivo se refiere a las actividades que posibilite al ser humano obtener información, datos, en fin, todo aquello que le permite poseer un conocimiento, que a su vez, será sustento en el desarrollo de destrezas que el individuo será capaz de realizar.

Las actitudes del profesional de comunicación deben estimar una adecuada relación entre la forma de ser del individuo y sus características psíquicas -lo que conocemos como temperamento-; cabe destacar que si bien estas actitudes se cultivan a lo largo de su educación, la familia y el entorno social del individuo influirán de manera permanente toda su vida. Como ejemplo de actitudes recomendables podemos señalar:

- que el individuo sea responsable
- que se respete a sí mismo y a su entorno
- que tenga la capacidad de entender a su entorno, reflexione y pueda dar una serie de propuestas (manifestadas de diversas formas) para mejorarlo

También, como aptitudes entendemos la formación que recibe un individuo que le permite desarrollar un trabajo específico. En este sentido, la formación y el reconocimiento del individuo en la educación será fundamental si desea el eficaz desempeño de actividades profesionales. Son las instituciones de educación las que proporcionan a los individuos el reconocimiento necesario para su habilitación en el campo de trabajo. Al hablar de "profesionistas", "profesionales" tenemos que referirnos a sujetos capaces de actuar para/en beneficio de la comunidad, de la sociedad.

Por lo tanto, el profesional de comunicación que labora en una institución como esta, debe tener presentes las actitudes y aptitudes que su puesto implica. Actitudes que se deben reflejar en la disposición para con los superiores y con los compañeros de la empresa. Aptitudes que permitan realizar su trabajo racionalizado y eficaz, con la convicción de que su participación y conocimientos en el campo específico de la comunicación contribuirá a la solución de los problemas que existen en la comunidad.

Cabe destacar que, como en toda institución, el desempeño profesional debe estar marcado por una serie de valores y conductas en el individuo. Los valores, como conjunto de normas, permiten regular la conducta del individuo en tanto su desempeño en la institución. Como ya se anotó anteriormente, si bien en la institución no hay un manual de reglas, es necesaria la observancia de un conjunto de principios y normas de conducta en el lugar en donde desempeñamos el trabajo, con las autoridades de la Institución, así como para todos los compañeros de trabajo y por supuesto, a las personas que necesitan de los servicios de la Iglesia.

La práctica profesional permite cumplir con los objetivos de la institución de fomentar el servicio de la fe y la promoción de la justicia y caridad en las personas.

La actividad profesional como coordinador de comunicación en una institución como la Iglesia de San Ignacio, requiere de una persona con capacidad para la investigación y la síntesis de información; una capacidad de discernimiento de lo que es o no pertinente para los objetivos de la Iglesia, con capacidad de crítica y análisis. Debe tener excelente ortografía, conocimientos de historia, religión, geografía, política, filosofía. El profesional de comunicación que se desempeña en una tarea así, debe tener actitud de servicio y sencillez en el trato con las personas por la naturaleza de la institución para la cual está sirviendo; debe colaborar si se le requiere para un encargo especial que no fuese acorde a la producción de material de comunicación propiamente dicho.

El profesional de comunicación, es una persona que debe facilitar el flujo de información pertinente para la realización de los objetivos en la institución que se desempeña. Como coordinador de comunicación en la Iglesia de San Ignacio, se manejan diferentes tipos de información: datos, órdenes, disposiciones, principalmente. La comunicación en nuestra institución se utiliza en formas concretas.

En primer lugar, por su naturaleza, la Iglesia es una instancia comunicativa en el sentido de que es portadora y transmisora de un mensaje específico, ella es en sí misma una muestra de comunicación, es una señal, un signo. En este plano no material, la comunicación es sustancia de la Iglesia, es un medio y un fin.

La Iglesia se vale de la comunicación para cumplir con sus objetivos: transmitir mensajes, y los modos de hacer su labor son diferentes.

La organización del trabajo en la Iglesia de San Ignacio es distribuida por el P. Rector y la comunicación permite indicar a cada departamento las labores que ha de realizar. La información llega a los distintos departamentos por medio del P. Rector, la notaría y por la coordinación de comunicación principalmente. A su vez, las necesidades de los diferentes departamentos se plantean de forma directa al P. Rector o con algún P. Vicario, y también por medio de la coordinación de comunicación.

La producción de material de comunicación en la Iglesia de San Ignacio, ayuda en el objetivo de la institución de fomentar los conocimientos y valores de las personas que se interesan por tener una sólida formación religiosa. En este sentido, es como se participa en la realización del objetivo original de la Compañía: mediante la enseñanza, procuramos concientizar a las personas de su papel en el mundo actual para que viva su fe de principios y valores inspirados por la tradición cristiana, de casi ya dos mil años de iniciada y comunicada a través de la historia; y por otro lado, procuramos fomentar el compromiso de fraternidad e igualdad entre las personas.

Los diferentes medios que utiliza para su tarea lo confirman y nuestra actividad particular en ella también porque al realizar productos con un fin específico somos transmisores de datos, información: comunicación. Y al llegar a las personas que acuden a la Institución el ciclo de la comunicación propuesto se cumple ya que existe un intercambio de información en formas concretas con un fin.

**En el siguiente capítulo, se iniciará el diagnóstico de la Institución, con el fin de conocer el tipo de material de comunicación con el que se trabaja y los problemas que existen a nivel estructural que impiden el desarrollo eficaz de las tareas de la Iglesia.**



## II DIAGNÓSTICO

### A. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

#### 1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL TIPO DE PROBLEMAS

El problema que se va a analizar se refiere a un aspecto de la realidad social del campo comunicativo.

Con la primera etapa del diagnóstico, se conocerán las características del material de comunicación empleado en la Iglesia de San Ignacio de Loyola para los diferentes cursos de formación religiosa.

En esta parte del trabajo, se detectarán las inquietudes por parte de las personas que acuden a la institución a tomar los cursos, por lo tanto, se necesita un trabajo clasificatorio que permita comprender cómo está funcionando algo, sus características generales para hacer un análisis y propuestas sobre los resultados obtenidos.

Con base en la experiencia profesional y a la observación directa que involucra el trabajo, se conoce el tipo de material manejado en la institución, principalmente libros religiosos, cuestionarios, resúmenes de temas, y, en el caso del catecismo para los niños, también utilizan videos, diapositivas y audiocassettes según el tema y la etapa del año que estudian (Adviento, las Posadas, Navidad, Año Nuevo, etcétera). De esta forma, la primera tarea es analizar qué tanto ayuda ese material, si le gusta a la gente, qué información les da su contenido, si les parece adecuado, y en su momento, se efectuará la comparación con los objetivos de la institución y conocer la pertinencia o no del material y lo que se necesita en la Iglesia.

Para comenzar, se describirá la muestra, sus particularidades y los criterios de selección; a continuación, se ubicarán los problemas/facilidades que hay en el departamento de coordinación de comunicación que permiten/limitan realizar la labor, así como diagnosticar el funcionamiento de la institución a nivel estructural. Para tal efecto, se van a emplear una serie de cuadros que de manera rápida y sencilla arrojen esta información del departamento en particular y de la institución en general.

## 2. MUESTREO

### a) PARTICULARIDADES DE LA MUESTRA

En todo trabajo de investigación, no es necesario estudiar a la totalidad de una población, basta con que se estudie una parte de ella, una muestra de la misma, por lo tanto, siguiendo el concepto de Ezequiel Ander-Egg, la muestra "designa la parte o elemento representativo de un conjunto".<sup>7</sup>

Los conceptos que da Ander-Egg son :

**Muestra:** parte o fracción representativa de un conjunto, población, universo o colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo.

**Muestreo (técnica de):** conjunto de operaciones que se realizan para elegir una muestra.

**Universo, población, colectivo:** constituye la totalidad de un conjunto de elementos, seres u objetos que se desea investigar y de la cual se estudiará una fracción (la muestra) que se pretende que reúna las mismas características y en igual proporción.

**Fracción de muestreo:** es el porcentaje que representa la muestra respecto al universo, se obtiene dividiendo la muestra por el universo.

La finalidad de realizar esta muestra es conocer las opiniones de los encargados y alumnos de los cursos de formación religiosa acerca del material de comunicación que utilizan en sus clases, así como las características que les gustaría que tuvieran los mismos, para ayudar/mejorar en el proceso enseñanza/aprendizaje de los cursos.

La experiencia en la coordinación de comunicación de la institución, permitirá seleccionar la muestra y aplicar un instrumento de recopilación de datos.

El universo es de 136 personas entre profesores y alumnos de los diferentes cursos y se tomó una muestra de 25 personas del universo por lo que el porcentaje que representa a la muestra es del 18%.

Conforme a la época del año (octubre de 1997), en la Iglesia de San Ignacio de Loyola se dan estos cursos y el número de profesores y alumnos:

---

<sup>7</sup>ANDER-EGG, E Técnicas de investigación social. p 178

CURSO	PROFESORES	ALUMNOS	TOTAL
Catecismo	5	30	35
FOR. REL. Jóvenes trabajadoras domésticas	1	15	16
Taller de Vida	1	37	38
Pre-Matrimoniales	1	30	31
Biblia para Señoras	1	5	6
Interpretación del Nuevo Catecismo.	1	9	10
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>126</b>	<b>136</b>

El número de personas de cada curso que formarán la muestra será:

CURSO	PROFESORES	ALUMNOS	TOTAL
Catecismo	2	5	7
Trab. Do.	1	2	3
T. de Vida	1	3	4
Pre-Mat.	1	4	5
Biblia	1	2	3
Nvo. Cat.	1	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>25</b>

## **b) CRITERIOS DE JUSTIFICACIÓN**

Los elementos de la muestra han sido seleccionados bajo los siguientes criterios:

En el curso del catecismo, se eligieron a dos encargados del curso, una profesora con experiencia de más de 9 años en el curso, casada y dedicada al hogar y otra profesora, soltera, estudiante de comunicación y con 3 años de experiencia en el curso. Hay 5 alumnos, dos que cursan el catecismo a nivel básico, otros dos a nivel avanzado y uno de ellos que ya recibió la Primera Comunión (objetivo de la preparación de los cursos del catecismo) y que continúa con su formación religiosa. Se pretende también que tanto los niños del curso básico como los avanzados, tengan características diferentes: que dos de ellos sean extrovertidos en el curso, lo que significa que les guste participar en la clase, son alegres, participativos y con inquietudes, los otros dos con características de niños introvertidos, con poca "actividad" en el curso. Para esto, se pedirá a las profesoras encargadas de los cursos de catecismo que ayuden a seleccionar a estos niños ya que son ellas quienes los conocen mejor y saben la forma de trabajar de cada uno. En cuanto a los niños que ya terminaron su preparación del catecismo, se pedirá a su maestra permita aplicar el cuestionario al niño(a) que ella considere más aventajado en el desarrollo de su formación religiosa en cuanto al interés y dinámica mostrada en el curso.

En la clase de formación para las jovencitas y señoras trabajadoras domésticas, aparte del encargado del curso, se pretende aplicar el cuestionario a dos muchachas solteras y a dos con mayor edad, casadas o solteras. Por sus características socio-culturales afines, (trabajan en casas de la comunidad de vecinos de Polanco, recientemente terminaron sus estudios a nivel básico, no tienen otra fuente de ingresos mas que éste trabajo), serán los únicos criterios para su selección.

Para el curso llamado Taller de vida, aparte del encargado, se va a aplicar el cuestionario a tres personas más, una de ellas casado (a) con hijos y de preferencia que ya haya asistido a otro tipo de cursos como este (dirigidos a hombres y mujeres en general, con temas de discusiones familiares, laborales, de oración, etcétera), otra persona que sea casada y con familia pero que sea la primera ocasión en que toma este tipo de curso, finalmente se pretende aplicar el cuestionario a otra persona pero, que no sea casada, no tenga familia, estudiante de preferencia. Si las condiciones de este curso lo permiten, se seleccionarán estas características porque se considera que es interesante contrastar/comparar criterios de estas personas y qué tanto puede cambiar su visión del curso si se trata de una persona casada o soltera; en caso que no se pudiera cumplir con estas condiciones, se encargará al profesor del curso que, a su criterio, permita aplicar el cuestionario a personas de diferentes edades con el fin también de comparar las respuestas obtenidas y conocer si las inquietudes y propuestas de las personas coinciden o no entre ellas o qué tanto difieren.

En lo que se refiere a las personas que toman su curso pre-matrimonial, aparte del encargado, se seleccionará a una pareja entre 20 y 30 años, y otra entre 30 y 40. Por la experiencia en la institución, se sabe que el nivel socio-cultural de las personas que asisten al curso en esta Iglesia es medio-alto, por lo tanto nuestro criterio de selección será únicamente el indicado.

Para el curso de Biblia, todas las alumnas son señoras de edad avanzada, el criterio de selección será tomar a dos de ellas con la disposición de contestar el cuestionario.

Finalmente, en la clase de interpretación del Nuevo Catecismo, las dos personas que se elegirán serán aquellas que a lo largo de la clase difieran o tuviesen puntos de vista encontrados acerca de los temas que se desarrollan, a criterio del profesor del curso que es el que conoce mejor los puntos de vista de las personas que asisten a él, cabe destacar que en esta ocasión, la clase la forman señoras casadas en su mayoría, disponen de tiempo por las mañanas y desean analizar de manera específica los contenidos del Catecismo y los Evangelios de la Iglesia Católica.

Considerando los criterios de selección anteriores, la muestra que se utilizará será no aleatoria, opinática e intencionada.

No aleatoria porque lo que se pretende conocer con el trabajo depende del juicio como investigador. No se basó en leyes matemáticas ni en cálculos de probabilidades.

Es intencional u opinática porque se considera que la selección de la muestra es representativa a nuestro juicio y, finalmente es intencionada ya que, gracias a la experiencia de trabajo en la institución, se tiene conocimiento del universo al que se va a estudiar y también porque se va a escoger las categorías más representativas del fenómeno a estudiar (el objeto de trabajo).

Hay que señalar que como bien define Ander-Egg, "aún cuando se utilicen los mejores procedimientos, ninguna muestra puede dar una garantía absoluta de ser réplica exacta del universo o población que representa"<sup>8</sup>

Se cree que el error muestral que pudiera presentarse fundamentalmente sería a causa de omisiones, a la insuficiencia de la información de los datos por falta de cooperación de los encuestados o por ignorancia.

Cabe recordar, que siendo un tipo de muestra no aleatoria, puede haber errores de observación de parte del investigador, ya que se delimitó los criterios de selección de la muestra y también hay que destacar las características socio-culturales de la comunidad de la Iglesia de San Ignacio y de las personas que asisten a los cursos.

No olvidemos que este trabajo utiliza una perspectiva cualitativa y no cuantitativa, por la misma experiencia laboral que se tiene en la Iglesia de San Ignacio.

Una vez que se tenga definida la muestra, es necesario la elaboración de un instrumento que permita la clasificación de las categorías que se van a utilizar para conocer/proponer las características de los productos comunicativos en los diferentes cursos de formación religiosa y que ayude a la elaboración de una herramienta para recopilar los datos.

El instrumento que ayudará para esta tarea será una tabla de especificaciones.

---

<sup>8</sup>Idem, p 187

### 3. TÉCNICA A EMPLEAR

El tipo de cuadros que se va a utilizar para ubicar las facilidades/problemas que hay en el departamento de comunicación de la institución, así como los problemas detectados a nivel estructural de la misma, son cuadros de matriz de doble entrada cuya funcionalidad permite al momento del vaciado de datos hacer una interpretación de los resultados obtenidos. Como se anotó, los cuadros servirán tanto para ubicar al objeto de trabajo (el material de comunicación) como los problemas a nivel de la dirección (nivel estructural) en la Iglesia de San Ignacio.

Cabe destacar que los problemas a nivel de la dirección se conocen con base en la experiencia en el puesto de trabajo e influyen en el desempeño de las labores de la empresa (y que por ser precisamente a nivel estructural, no podemos influir/resolver directamente).

En general, todos los cuadros se elaborarán con las mismas características del cuadro número 1 que a continuación se anota. Es importante resaltar que tienen renglones horizontales y columnas verticales como se señala en el siguiente modelo que permitirá la ubicación de los problemas por aspectos generales, en el objeto de trabajo (productos comunicativos) y a nivel estructural (de dirección) de la institución.

Cuadro 1

← renglones horizontales →

↑ columnas	categ. prob.	OBJ. DE TRABAJO	ESTRUCTURALES
verticales ↓	PROBLEMA 1		
	PROBLEMA 2		
	PROBLEMA N		

El primer renglón horizontal, ubicará las categorías objeto de trabajo y estructurales, como se presenta en la figura 1:

categorías	OBJ. DE TRABAJO	ESTRUCTURALES
------------	-----------------	---------------

En la columna vertical uno, se anotarán los problemas que se encuentren para cada categoría, figura 2

Figura 2

problemas
<b>PROBLEMA 1</b>
<b>PROBLEMA 2</b>
<b>PROBLEMA N</b>

El número de renglones horizontales dependerá del número de problemas que se vayan anotando en los dos tipos diferentes de categorías.

El cruce de datos se realizará a través de confrontar el tipo de problema con la categoría en cuestión.

Los cuadros 2 y 2a, mostrarán la existencia/carencia en las áreas de trabajo de la institución, darán información acerca de lo que se cuenta o se carece para realizar el objeto de trabajo y con lo que se podría contar, es decir, se anotan los recursos humanos y materiales que permiten realizar productos comunicativos, así como aquellos elementos que no se tienen y, finalmente por la experiencia en el puesto, se escriben los factores humano/materiales que podrían contribuir a eficientar y mejorar los productos comunicativos. En el cuadro 2 (a nivel del objeto de trabajo), en renglón horizontal uno, se anotarán (nivel de existencia/carencia) con qué se cuenta, con qué no se cuenta y con qué se puede contar (figura 3).

Figura 3

nivel de carencia	<b>CON QUÉ SE</b>	<b>CON QUÉ NO</b>	<b>PODEMOS</b>
	<b>CUENTA</b>	<b>CUENTA</b>	<b>CONTAR</b>

Para el cuadro, en la primera columna vertical se anotarán los factores humanos y/o materiales (figura 4).

Figura 4

<b>Factores</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>

El cuadro se presenta así:

Cuadro 2

<b>OBJETO DE TRABAJO</b>			
<b>NIVEL DE CARENCIA</b>	<b>CON QUÉ SE</b>	<b>CON QUÉ NO</b>	<b>PODEMOS</b>
<b>FACTORES</b>	<b>CUENTA</b>	<b>CUENTA</b>	<b>CONTAR</b>
<b>HUMANOS Y/O</b>			
<b>MATERIALES</b>			
<b>HUMANOS Y/O</b>			
<b>MATERIALES</b>			

Para el cuadro 2 a, se utilizarán los mismos criterios de elaboración que el cuadro precedente, pero, a nivel institucional, estructural, por lo que esta matriz, se presenta en la siguiente hoja:



CUADRO 2 A

ESTRUCTURALES			
NIVEL DE CARENCIA FACTORES	CON QUÉ SE CUENTA	CON QUÉ NO SE CUENTA	PODEMOS CONTAR
HUMANOS Y/O MATERIALES			
HUMANOS Y/O MATERIALES			

En los cuadros 3 y 3 a se conocerá la conceptualización de problemas por elementos determinantes en la organización. Se entienden estos elementos como las disposiciones, individuales e interpersonales (relacionales), para realizar el trabajo (figura 5); a nivel estructural, son los problemas interpersonales, intergrupales o interorganizacionales que afectan el desarrollo de la institución. En el renglón horizontal, se escribirán los elementos determinantes (categorías) en la organización del objeto de trabajo; conforme a la experiencia, se conoce que hay dos tipos de elementos: individuales y relacionales. Los individuales se refieren a cuestiones psicológicas y culturales propias de los sujetos que afectan sin querer al objeto de trabajo y que de alguna manera se manifiestan a la hora de realizar productos comunicativos en la institución. Los elementos relacionales se entienden como la influencia de trabajar con otras personas en el departamento y en la institución en general y cómo repercuten para eleborar el objeto de trabajo.

Figura 5

Elem. deter	INDIVIDUAL	RELACIONAL
-------------	------------	------------

La información que se tiene en el renglón horizontal, se cruzará con la obtenida en la columna vertical (figura 6).

Figura 6

Factores
HUMANO Y/O
MATERIALES
HUMANO Y/O
MATERIALES

El cuadro completo queda así:

CUADRO 3

OBJETO DE TRABAJO		
ELEM. DETER. FACTORES	INDIVIDUAL	RELACIONAL
HUMANOS Y/O MATERIALES		

A nivel estructural, se utilizan los mismos criterios que en el cuadro anterior, pero se va a analizar la información a nivel institución, es decir aquellos elementos individuales y relacionales (renglón uno horizontal) que afectan a la dirección de la Iglesia con el departamento y a la dirección con las diferentes personas que ayudan y forman parte de la misma y que tiene que ver fundamentalmente con el tipo de relación que se establece en los otros departamentos. El modelo para el cuadro 3 a, queda así:

CUADRO 3 A.

ESTRUCTURALES		
ELEM. DETER. FACTORES	INDIVIDUAL	RELACIONAL
HUMANOS Y/O MATERIALES		

El siguiente cuadro, (número 4), contendrá los elementos que legitiman de alguna manera la labor en la empresa y también a nivel estructural. Esta legitimación debe entenderse como las formas materiales o simbólicas que se emplean para asumir el control del trabajo en el departamento de coordinación de comunicación en particular y a nivel estructural. Para este cuadro, hay tres elementos determinantes (que también servirán para explicar el cuadro 4 a) y son: tradicionales, institucionales y carismáticos. Los elementos tradicionales, son el reconocimiento que se le da al objeto de trabajo (productos comunicativos en este caso) de nuestra parte ya sea por hábitos, costumbres, discursos, etcétera que permiten a ese objeto de trabajo tener una aceptación, ante nosotros y los compañeros de otros departamentos; los elementos racionales/legales, son aquellos reconocimientos y tareas en los cuales se emplea un reglamento o una ideología basada en la racionalización/lógica que da la institución a cada individuo de la misma por el cargo y función que desempeña en ella; y los elementos carismáticos se refieren al tipo de relaciones que establecen en cada departamento con la dirección de la Iglesia, y se basan en el carácter o temperamento que cada persona tiene y le permite establecer ciertas relaciones con la dirección de la empresa (hay relaciones afectivas, otras donde prevalece el don de mando, algunas que se basan en la amistad de muchos años, etcétera). En el cuadro 4, en el renglón horizontal se escribirán los elementos determinantes que legitiman al objeto de trabajo (ver figura 7).

Figura 7

Elem. Deter.	TRADICIONAL	RACIONAL/LEGAL	CARISMÁTICA
--------------	-------------	----------------	-------------

La información que se tiene en el renglón horizontal se cruzará con la obtenida en la columna vertical (figura 8)

Figura 8

Factores
HUMANO Y/O
MATERIALES
HUMANO Y/O
MATERIALES

El modelo del cuadro completo es:

**CUADRO 4**

OBJETO DE TRABAJO			
LEGITIMACIÓN			
ELEM. DETER. FACTORES	TRADICIONAL	RACIONAL/LEGAL	CARISMÁTICA
HUMANOS Y/O MATERIALES			

El cuadro 4 a, se realizará conforme a los mismos lineamientos del anterior, pero a nivel estructural, o sea, este cuadro dará información acerca de cómo se legitima el desempeño de la dirección de la institución ante sí misma y para con los empleados, es la manera de presentarse y dirigir a la institución de forma creíble y, es el reconocimiento que se le da conforme a los tres elementos que, con base en la experiencia en el trabajo existen: tradicionales, racionales/legales y carismáticos. El modelo del cuadro es:

**CUADRO 4 A**

ESTRUCTURALES			
LEGITIMACIÓN			
ELEM. DETER. FACTORES	TRAD.	RACIONAL/LEGAL	CARISMÁTICA
HUMANOS Y/O MATERIALES			

Los cuadros 5 y 5 a expondrán de qué manera se ejerce el poder en el desempeño del trabajo, entendiéndose el poder, en este caso, como la capacidad de dirigir las actividades, y se presenta a nivel del objeto de trabajo y a nivel estructural. Los elementos determinantes que se encuentran en los dos niveles son: coercitivo y moral; el primero se entiende como la facultad de ejercer presión o coacción sobre los individuos para hacer cumplir los objetivos planteados según el objeto de trabajo y hacia la institución; es la manera de desempeñarse en el departamento que laboramos, las estrategias de acción y normas que se cumplen para realizar el objeto de trabajo. El elemento moral se entiende como un compromiso ético (en este caso ética se considera como las obligaciones de actuar bien por parte del hombre consigo mismo y en ayuda a los demás), por lo tanto la moral implica el cumplimiento de objetivos encomendados al realizar el objeto de trabajo. En el renglón horizontal se anotarán los elementos determinantes para comprender la forma en que se ejerce el poder ante el objeto de trabajo (ver figura 9).

Figura 9

Elem. deter.	COERCITIVO	MORAL
--------------	------------	-------

El cuadro 5, se integra por una columna vertical. La columna incluirá a factores humano/materiales que inciden en los diferentes elementos (figura 10)

Figura 10

Factores
HUMANO Y/O
MATERIALES
HUMANO Y/O
MATERIALES

Cabe recordar que el número de renglones horizontales dependerá del número de factores humano/materiales que se anoten en el cruce de datos.

Por lo tanto, el modelo completo del cuadro 5 se ilustra en la hoja siguiente.

CUADRO 5

OBJETO DE TRABAJO		
PODER		
ELEM. DETER. FACTORES	COERCITIVO	MORAL
HUMANO Y/O MATERIALES		

Las mismas particularidades se observarán en el siguiente cuadro a nivel estructural de la institución.

CUADRO 5 A

ESTRUCTURALES		
PODER		
ELEM. DETER. FACTORES	COERCITIVO	MORAL
HUMANO Y/O MATERIALES		

Con el cuadro 6 y 6 a se mostrará cómo funciona la racionalidad en el departamento de coordinación de comunicación y a nivel estructural también. Se entiende la racionalidad como la manera de organizar el trabajo y los estilos/formas de pensar y pensarse en una organización; los estilos de comportamiento y actitudes que determinan la relación con el objeto de trabajo y a nivel estructural, es decir, las formas en que se trabaja y el por qué de esa forma, a qué intereses responde. Para el cuadro 6, se encuentran dos maneras de racionalidad: ideológica y afectiva. El elemento de la ideología se aplica a que el quehacer laboral responde a cierto tipo de convicciones, creencias y razonamientos que forman parte de una ideología específica; la racionalidad afectiva se conforma por la compenetración sentimental e identificación que hay con el objeto de trabajo.

Hay otros modos en que se pudiese presentar la racionalidad en algún departamento: organizativa, económica, política, etcétera, pero en la coordinación de comunicación se dan estos dos tipos de racionalidad. En el cuadro 6, el renglón horizontal abarcará los elementos determinantes que se presentan/hay en la racionalidad, (como ya se vio son de dos tipos ideológicos y racionales) ver figura 11, los siguientes renglones horizontales dependerán del número de factores que se presenten.

Figura 11

<b>Elem. Deter.</b>	<b>IDEOLÓGICA</b>	<b>AFECTIVA</b>
---------------------	-------------------	-----------------

La información que se tiene en el renglón horizontal se cruzará con la obtenida en la columna vertical (figura 12).

Figura 12

<b>Factores</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>

El cuadro completo se ve en la siguiente hoja.

CUADRO 6

<b>OBJETO DE TRABAJO</b>		
<b>RACIONALIDAD</b>		
<b>ELEM. DETER.</b>	<b>IDEOLÓGICA</b>	<b>AFECTIVA</b>
<b>FACTORES</b>		
<b>HUMANO Y/O</b>		
<b>MATERIALES</b>		

En el siguiente cuadro, que es a nivel estructural y sigue los mismos criterios que el precedente, se propone (por la experiencia en el puesto y observación) incluir, aparte de la racionalidad ideológica, la racionalidad organizacional cuya lógica se basa en hacer el trabajo respetando jerarquías (jefes, encargados, empleados, etcétera), y también hay una racionalidad política, entendiéndose como las normas y reglas que inciden en una organización que persigue objetivos concretos, se marca así misma una línea de acción a seguir, existe y funciona respondiendo a un fin, sigue una política concreta.

CUADRO 6 A

<b>ESTRUCTURALES</b>			
<b>RACIONALIDAD</b>			
<b>ELEM. DETER.</b>	<b>IDEOLOÓGICA</b>	<b>ORGANIZACIONAL</b>	<b>POLIÍTICA</b>
<b>FACTORES</b>			
<b>HUMANO Y/O</b>			
<b>MATERIALES</b>			

A continuación, se explica el estado de la organización, que responde a la idea de cómo se encuentra constituida la empresa en la que se labora. Si se parte del hecho de que en el objeto de trabajo y en la estructura de la institución, hay algunos tipos de actividades: sostenida, en crecimiento, depresiva, hiperactiva, etcétera, para el objeto de trabajo, el cuadro 7 contiene los elementos determinantes en la labor, y son dos: actividad sostenida y crecimiento. La actividad sostenida significa que en el desarrollo del objeto de trabajo hay un desempeño constante y equilibrado, en el cual se realizan las tareas que se encomiendan y que a lo largo de los años no han variado de forma sustancial. Con el crecimiento se entiende la posibilidad de hacer nuevas tareas o en las que ya se realizan, se apoyen en tecnologías y nuevos medios para producir trabajo de manera más eficiente y rápida. En el renglón horizontal, se anotarán los elementos detrminantes del estado de la organización del trabajo (figura 13), los siguientes renglones horizontales dependerán del número de factores humano/materiales que se anoten en el cuadro

Figura 13

<b>Elem. deter.</b>	<b>ACTIVIDAD SOSTENIDA</b>	<b>CRECIMIENTO</b>
---------------------	----------------------------	--------------------

Los datos que se tienen en el renglón horizontal se cruzarán con los obtenidos en la columna vertical (figura 14).



Figura 14

<b>Factores</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIAL</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIAL</b>

El modelo completo de esta matriz de doble entrada es:

CUADRO 7

<b>OBJETO DE TRABAJO</b>		
<b>ESTADO DE LA ORGANIZACION</b>		
<b>ELEM. DETER.</b>	<b>ACTIVIDAD SOSTENIDA</b>	<b>CRECIMIENTO</b>
<b>FACTORES</b>		
<b>HUMANO Y/O</b>		
<b>MATERIALES</b>		

Las mismas particularidades se observarán en el siguiente cuadro.

**CUADRO 7 A.**

<b>ESTRUCTURALES</b>		
<b>ESTADO DE LA ORGANIZACION</b>		
<b>ELEM. DETERM.</b>	<b>ACTIVIDAD SOSTENIDA</b>	<b>CRECIMIENTO</b>
<b>FACTORES</b>		
<b>HUMANO Y/O MATERIALES</b>		

Para analizar cómo se presenta el liderazgo en el departamento y a nivel estructural, los cuadros 8 y 8 a, muestran los elementos posibles que se dan en la institución. Por liderazgo se entiende la capacidad de dirigir a una institución (y en su caso particular, la capacidad de dirigir/trabajar en un departamento); de los diferentes tipos de liderazgo que puede haber (autocrático, demagógico, mesiánico, etcétera), al hacer el objeto de trabajo se presentan dos tipos: autocrático y democrático. Se entiende por liderazgo autocrático aquel en que la persona asume una posición de poder total, establece su liderazgo y puntos de vista, no es capaz de negociarlos con nadie para la elaboración del objeto de trabajo en particular. Y el liderazgo democrático se entiende como la capacidad de establecer negociaciones y consensos en el trabajo y en las relaciones con los compañeros. Como son los dos tipos fundamentales de liderazgo que se dan al realizar el objeto de trabajo, el modelo de cuadro, en su renglón horizontal se registrarán los elementos determinantes para el tipo de liderazgo, (figura 15).

**Figura 15**

<b>Elem. Deter.</b>	<b>AUTOCRÁTICO</b>	<b>DEMOCRÁTICO</b>

La información que se tiene en el renglón horizontal se cruzará con la obtenida en la columna vertical (figura 16).

Figura 16

<b>Factores</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>

Por lo tanto, la matriz se presenta así:

CUADRO 8

<b>OBJETO DE TRABAJO</b>		
<b>LIDERAZGO</b>		
<b>ELEM. DETER.</b>	<b>AUTOCRÁTICO</b>	<b>DEMOCRÁTICO</b>
<b>FACTORES</b>		
<b>HUMANO Y/O</b>		
<b>MATERIALES</b>		

A nivel estructural en la institución, hay dos tipos de liderazgo: autocrático y prescindente. Este último se caracteriza porque (en este nivel) el líder/director de la empresa, puede en un momento determinado prescindir de alguien o no tomar en cuenta las consideraciones de su equipo de trabajo y actuar según sus intereses, convicciones, etcétera. Por lo tanto, en el renglón uno horizontal se anotará los elementos que determinan el liderazgo (autocrático y prescindente), y el número de los siguientes renglones horizontales dependerá del número de factores que se anoten, también la matriz se integra por tres columnas, en la tres vertical la categoría que se anotará será la prescindente. El cuadro quedará de esta manera:

CUADRO 8 A

ESTRUCTURALES		
LIDERAZGO		
ELEM. DETER. FACTORS	AUTOCRÁTICO	PRESCINDENTE
HUMANO Y/O MATERIALES		

En la institución se dan cierto tipo de conductas. Por conductas se entiende una actitud encaminada a dirigir o mantener control en el trabajo. Para las labores en la coordinación de comunicación, se presenta una en particular, se conoce como conducta conciliadora y se caracteriza por la capacidad de negociación con el director y los compañeros de trabajo de la institución para realizar el objeto de trabajo. Por lo que tanto, el cuadro 9, en el renglón horizontal, se registrará el tipo de conducta que se presenta (figura 17), el número de los renglones horizontales dependerá del número de factores humano/materiales que se anoten.

Figura 17

Elemento Deter.	CONCILIADORAS
-----------------	---------------

Este cuadro habrá una columna en la cual se anotarán los factores humano/materiales que se encuentren (figura 18), y se cruzarán con los datos del renglón horizontal.

Figura 18

Factores
HUMANO Y/O
MATERIALES
HUMANO Y/O
MATERIALES

El cuadro se presenta así:

**CUADRO 9**

<b>OBJETO DE TRABAJO</b>	
<b>CONDUCTAS</b>	
<b>ELEMENTO DETER. FACTOR</b>	<b>CONCILIADORAS</b>
<b>HUMANO Y/O MATERIAL</b>	

A diferencia del objeto de trabajo, a nivel estructural, por la observación y trato de muchos años, hay dos tipos fundamentales de conductas en la institución, conciliadoras e inhibidas. Las conductas conciliadoras, como su nombre lo indica, pretenden llegar a acuerdos comunes sobre un problema u objetivo específico. Las conductas conciliadoras toman en cuenta las opiniones de todas o por lo menos la mayoría de las personas en los distintos departamentos. La conducta inhibida se refiere a rasgos que proyectan timidez en la persona, es decir, es retraído, suspende sus actividades ante la presencia de otra persona u otro factor que le es ajeno; este tipo de conducta se explica a nivel estructural: en ocasiones, el director de la institución desarrolla sus actividades tomando en cuenta excesivamente los puntos de vista de su equipo de trabajo o de los encargados de los diferentes departamentos quienes exponen sus razones de manera firme o con tal insistencia que motiva una conducta inhibida por parte del director el cual, por evitar alguna discusión del tema permite que se lleva a cabo las propuestas que originalmente él no pensaba realizar. Por lo tanto, el siguiente cuadro en el renglón horizontal se anotarán los elementos determinantes (figura 19), los otros renglones como ya sabemos, dependerán del número de factores humano/materiales que se encuentren.

**Figura 19**

<b>Elem. deter.</b>	<b>CONCILIADORAS</b>	<b>INHIBIDAS</b>
---------------------	----------------------	------------------

La información que se tiene en el renglón horizontal se cruzará con la obtenida en la columna vertical (figura 20)

Figura 20

Factores
HUMANO Y/O
MATERIALES
HUMANO Y/O
MATERIALES

El cuadro completo queda así:

CUADRO 9 A

ESTRUCTURALES		
CONDUCTAS		
ELEM. DETER.	CONCILIADORAS	INHIBIDAS
FACTORES		
HUMANO Y/O		
MATERIALES		

Los últimos cuadros indicarán los motivos por los que se hace el trabajo, es decir, los motivos se entienden como aquello que nos impulsa a desarrollar el trabajo en particular y perpetuar la estructura de la organización para la cual se labora. Pueden ser ideas o valores, factores emocionales, para obtener status y poder, etcétera. En el primer cuadro, para el objeto de trabajo, los motivos son tres: por ideas o valores, por factores emocionales y por factores económicos. Las ideas o valores se refieren a la organización simbólica de creencias que se tienen de manera personal/particular para hacer la actividad; los factores emocionales que de alguna manera están ligados a los anteriores y se entienden como disposiciones, impulsos y motivaciones para realizar las actividades; el factor económico el cual determina en cierta medida el trabajo, y es un factor interesante dada la naturaleza de la empresa (figura 21). Los otros renglones horizontales serán proporcionales al número de factores que se anoten.

Figura 21

<b>Elem. deter.</b>	<b>IDEAS O</b>	<b>FACTORES</b>	<b>FACTOR</b>
	<b>VALORES</b>	<b>EMOCIONALES</b>	<b>ECÓNOMICO</b>

Como ya se sabe, la información que se tiene en el renglón horizontal se cruzará con la obtenida en la columna vertical (figura 22).

Figura 22

<b>Factores</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>
<b>HUMANO Y/O</b>
<b>MATERIALES</b>

Por lo tanto, la matriz completa se presenta así:

CUADRO 10

<b>OBJETO DE TRABAJO</b>			
<b>MOTIVOS</b>			
<b>ELEM. DETER.</b>	<b>IDEAS O</b>	<b>FACTORES</b>	<b>FACTOR</b>
<b>FACTORES</b>	<b>VALORES</b>	<b>EMOCIONALES</b>	<b>ECÓNOMICO</b>
<b>HUMANO Y/O</b>			
<b>MATERIALES</b>			
<b>HUMANO Y/O</b>			
<b>MATERIALES</b>			

El cuadro 10 a, se refiere a los motivos que a nivel estructural se dan para realizar el trabajo. Por la relación que se tiene con la institución y por el conocimiento de su ideología, sabemos que los motivos para trabajar son los referentes a ideas y valores que tiene el director con la Compañía y la Iglesia en general. Por esta razón, el cuadro en su renglón horizontal se escribe el elemento determinante (figura 23), y en los otros renglones se registrarán los factores humano/materiales que se que se den para esta categoría.

Figura 23

Elem. deter.	IDEAS O VALORES
--------------	-----------------

El último cuadro contiene una columna vertical donde se anotará los factores humano/materiales (figura 24)

Figura 24

Factores
HUMANO Y/O
MATERIALES
HUMANO Y/O
MATERIALES

Por lo tanto, el cuadro se presenta así:

CUADRO 10 A

ESTRUCTURALES	
MOTIVOS	
ELEM. DETER.	IDEAS O VALORES
FACTOR	
HUMANO Y/O	
MATERIAL	



**La información que proporcionen estos cuadros es importante en el sentido de que permite conocer/ubicar las características y problemas que se dan primero, en la elaboración del objeto de trabajo (productos comunicativos) y a nivel estructural (conforme a la experiencia en la coordinación de comunicación) de la Iglesia de San Ignacio.**

## 4. ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS

### a) TABLA DE ESPECIFICACIONES

Este instrumento, se conforma de la siguiente manera:

OBJETO DE TRABAJO (Concepto)	DIMENSIONES (Categoría)	INDICADORES (Índice)	ITEM (Reactivo)

La primera columna, se escriben los concepto, en este caso objeto de trabajo que se refiere a la actividad que se realiza en la institución o el objeto de estudio/análisis que se está llevando a cabo en el centro de trabajo. Para el objeto de trabajo es una propuesta para hacer material de comunicación que se utiliza en los distintos cursos de formación religiosa en la Iglesia de San Ignacio.

La siguiente columna se escriben las categorías, las dimensiones que son los aspectos generales/globales que definen, explican y forman al objeto de trabajo.

La tercera columna, índices o indicadores, se refieren a cada uno de los puntos concretos y particulares que definen/explican los elementos de la columna dimensiones. Se puede afirmar que los indicadores son los subíndices que forman parte de las áreas de interés que particularizan a las propuestas (dimensiones), son las partes que hacen posible entender/explicar de forma precisa, aquello que estamos estudiando en el objeto de trabajo.

Finalmente, todas estas partes que hay que analizar/construir, dan lugar a los reactivos o ítems (que son las preguntas concretas) y se elaboran con la información directa de los indicadores.

La tabla de especificaciones debe mostrar todas las características que se deben conocer para analizar correctamente el objeto de trabajo de manera lógica y sistemática.

Como se ha visto, los ítems llevarán a la construcción del cuestionario.

## **b) EL CUESTIONARIO**

El cuestionario, es en si "un instrumento de recopilación de datos, rigurosamente standarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación. Esta operacionalización se realiza mediante la formulación escrita de una serie de preguntas que, respondidas por los sujetos de la encuesta, permien estudiar el hecho propuesto de la investigación o verificar las hipótesis formuladas".<sup>9</sup>

Se va aplicar, en términos generales, un mismo cuestionario para toda la muestra, la presentación y el número de preguntas variarán un poco. Para los niños del catecismo y para las muchachas trabajadoras domésticas, el cuestionario tendrá un número menor de preguntas con el objetivo de no hacerlo muy denso o cansado. Para los encargados de los cursos (los profesores) y para las otras personas de los mismos, los cuestionarios, contendrán casi el mismo número de preguntas porque se pretende ser más específicos y precisos.

Para los encargados de los cursos de formación religiosa, el tipo de cuestionario que se aplicará está elaborado con tipo de preguntas categorizadas (con respuestas en abanico y de estimación), abiertas y cerradas.

Algunas preguntas de hecho como ¿cuál es su profesión? ¿estado civil?, ayudarán como introducción a las personas en el cuestionario y posterior tabulación de los datos. Para registrar puntos de vista generales y particulares de estas personas acerca del material de comunicación que utilizan, se aplicarán preguntas de opinión aparte de las ya mencionadas anteriormente. Las preguntas categorizadas permitirán analizar los materiales de comunicación más utilizados, y se conocerán las alternativas propuestas por los encargados de los cursos. Asimismo al dar preguntas de estimación se registrará de manera cuantitativa la pertinencia o no del material de comunicación, así como consideraciones personales acerca de la importancia de estos productos para los profesores de los cursos. Si se presentan algunas sugerencias al material de comunicación, se podrá valorar la aceptación o no por parte de los titulares del curso.

Con los alumnos que se les aplicará el cuestionario, hay que aclarar que:

Para los niños, el tipo de preguntas serán introductorias, y categorizadas con respuesta en abanico abierto y también de estimación, con lo que se pretende que el tiempo de aplicación no sea muy largo y la tabulación de la información sea precisa y rápida.

Con las personas que trabajan como trabajadoras domésticas, el cuestionario tendrá las mismas características que el aplicado a los niños del catecismo, aunque se incluirán preguntas de opinión y el cuestionario contendrá un número mayor de preguntas para especificar mucho más la información.

Finalmente, a las personas de los otros cursos, que se caracterizan por un nivel socio-cultural medio/alto, también se aplicarán preguntas categorizadas con respuestas en abanico abiertas, de estimación y de opinión; de hecho, este cuestionario se acercará mucho al modelo aplicado a los encargados de los cursos.

<sup>9</sup>Idem, p 273

**El modelo de los cuestionarios para la muestra se ilustran en las hojas siguientes. Hay que recordar, que el cuestionario 1 es para las personas de los cursos de formación religiosa, el 2 para los niños del catecismo, el número 3 para las personas que laboran como trabajadoras domésticas y el 4 para las otras personas de la muestra que toman los diferentes cursos.**

**Los modelos de los cuestionarios aplicados se pueden consultar en la parte de anexos del trabajo.**

## **B. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

### **1. ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO**

La aplicación de la metodología se elaborará en tres partes:

1. - Llenar los cuadros matrices de doble entrada lo que permitirá ubicar los problemas que existen en la Iglesia de San Ignacio (nivel estructural) y en la coordinación de comunicación en particular (objeto de trabajo). Cabe recordar que mediante estos cuadros se podrá tener la información condensada acerca del modo de trabajar de la Institución y la labor que se hace en concreto con el objeto de trabajo.
- 2.- Obtener la información que se requiere en la tabla de especificaciones, la cual permite la elaboración de los cuestionarios para aplicar la metodología.
- 3.- Aplicación de los cuestionarios a las personas encargadas de los cursos de formación religiosa y a las diferentes personas que asisten a ellos.
- 4.- Elaboración de cuadros de vaciado de resultados (matrices de doble entrada) de los cuestionarios.
- 5.- Descripción de la información obtenida.
- 6.- Interpretación a nivel general de la información que se obtenga con los cuadros de vaciado de datos.

Cuadro 1

UBICACIÓN DE PROBLEMAS ESTRUCTURALES	
OBJETO DE TRABAJO	
Problema 1 Utilización de los productos comunicativos en los diferentes cursos de formación religiosa	Concentración de decisiones en una sola persona en la Institución
Problema 2 El contenido de los distintos productos comunicativos nunca ha variado en los cursos de formación religiosa	Falta de propuestas de los P. Vicarios para evitar la concentración de decisiones en la Institución
Problema 3 Los materiales de comunicación no ayudan lo suficiente a los encargados de los cursos de formación religiosa, o a las personas que están en los cursos no se interesan en ellos lo suficiente	Rechazo de las propuestas en el contenido y/o presentación del material de comunicación
Problema 4 La variedad del material de comunicación para los diferentes cursos, no es suficiente	Falta de comunicación oportuna entre el P. Rector, la coordinación de comunicación y los encargados de los cursos de formación religiosa
Problema 5	Falta de apoyo económico para conseguir diferentes materiales o productos de comunicación de los que tradicionalmente se usan
Problema 6	Algunas necesidades del P. Rector influyen para no producir el material que la coordinación de comunicación considera oportuno para los diferentes cursos

Cuadro 2 OBJETO DE TRABAJO

UBICACIÓN DE LOS PROBLEMAS POR NIVELES DE EXISTENCIA CARENCIA EN LA INSTITUCIÓN		SE CUENTA	NO SE CUENTA	SE PUEDE CONTAR
Nivel	Factores			
Humano y/o materiales	Espacio para realizar el trabajo	Una oficina exclusiva para la coordinación de comunicación	Con una oficina propia para la coordinación	
Humano y/o materiales	Presupuesto adecuado para producir el material de comunicación más sencillo y rápido de elaborar	Presupuesto para conseguir equipo electrónico de comunicación	Mayores recursos económicos	
Humano y/o materiales	Apoyo del P. Rector para hacer el material "tradicional" de comunicación	Apoyo del P. Rector para seleccionar el contenido y la presentación de los diversos productos comunicativos	Apoyo de los encargados de los cursos de formación religiosa en la selección del contenido del material	
Humano y/o materiales	Apoyo en determinadas tareas de elaboración de productos comunicativos	Equipo de computación actualizado	Presupuesto y apoyo técnico para actualizar el equipo de cómputo	
Humano y/o materiales		Un constante intercambio de material de comunicación con otras Iglesias y comunidades religiosas	Intercambio de materiales, experiencias y ayuda con otras comunidades e Iglesias	

Humano y/o materiales		Intercambio de experiencias educativas con otras personas encargadas de cursos de formación religiosa en otras instituciones, ya sean laicas o religiosas	Intercambio de experiencias
-----------------------	--	---	-----------------------------

Cuadro 2 A

ESTRUCTURALES			
Nivel	SE CUENTA	NO SE CUENTA	SE PUEDE CONTAR
Factores			
Humano y/o materiales	SE CUENTA Instalaciones y oficinas	NO SE CUENTA Oficinas y salones más amplios	
Humano y/o materiales		Estrecha comunicación entre el P. Rector y los P. Vicarios	Apoyo más concreto al P. Rector en el desempeño de sus tareas
Humano y/o materiales	Apoyo de la comunidad de feligreses al P. Rector de la Institución		
Humano y/o materiales	Hay preocupación por el aumento de la delincuencia en la zona	Con un mayor número de vigilantes	Apoyo de las autoridades para incrementar la seguridad en la zona
Humano y/o materiales	Respuesta de la comunidad para ayudar en las causas humanitarias encabezadas por la Institución		



Cuadro 3

CONCEPTUALIZACIÓN DE PROBLEMAS POR ELEMENTOS DETERMINANTES EN LA ORGANIZACIÓN		
OBJETO DE TRABAJO		
Elem. deter. Factores	INDIVIDUALES	RELACIONALES
Humano y/o materiales	La disposición para hacer el trabajo encomendado (la motivación), en ocasiones no es la mejor y a veces carecemos de ella	Hace falta una mayor y más frecuente comunicación con los encargados de los diferentes cursos de formación religiosa

Cuadro 3 A

ESTRUCTURALES		
Elem. deter. Factores	INDIVIDUALES	RELACIONALES
Humano y/o materiales		La naturaleza de la Institución y sus miembros, condiciona el tipo de relación afectiva y de trabajo que existe entre el P. Rector y sus P. Vicarios

Cuadro 4

LEGITIMACIÓN			
OBJETO DE TRABAJO			
Elem. deter. Factores	TRADICIONAL	RACIONALIDAD	CARISMÁTICA
Humano y/o materiales	Experiencia en el puesto de trabajo	Reconocimiento de la labor desempeñada por parte del P. Rector, así como por los P. Vicarios y las personas que imparten cursos de formación religiosa	Relación de respeto, confianza y amistad con el P. Rector por más de 13 años

Cuadro 4 A

ESTRUCTURAL			
Elem. deter. Factores	TRADICIONAL	RACIONALIDAD	CARISMÁTICA
Humano y/o materiales	Apoyo al P. Rector por parte del P. Provincial de la Compañía y de parte de los feligreses de la comunidad que asisten a la Institución	Reconocimiento del P. Provincial de la Compañía a las funciones y cargos que le fueron asignados al P. Rector cuando fue nombrado superior del templo y comunidad de sacerdotes de la Iglesia de San Ignacio	Apoyo de los empleados de la Institución al liderazgo del P. Rector, así como de las personas que asisten a la Iglesia por el apoyo encontrado en él durante sus servicios a la comunidad de este templo

Cuadro 5

PODER		OBJETO DE TRABAJO	
Elem. deter.	Factores	COERCITIVO	MORAL
Humano y/o materiales		En muchas ocasiones, en la coordinación de comunicación se determinan las características estéticas del material de apoyo que utiliza la Institución en sus cursos de formación religiosa	
Humano y/o materiales		Por cuestiones de tiempo, se aplican estrategias encaiminadas para la imposición en puntos de vista, acerca de las características del material de comunicación que se produce	

Cuadro 5 A

ESTRUCTURAL		OBJETO DE TRABAJO	
Elem. deter.	Factores	COERCITIVO	MORAL
Humano y/o materiales		Las estrategias que permiten la toma de decisiones son verticales-unilaterales en la mayoría de las veces	El compromiso para realizar todo el trabajo, se da en este nivel y sentido
Humano y/o materiales		El P. Rector regula y está	El compromiso de los P. Vicarios

	enterado del comportamiento responde a un deber moral para
	to de los miembros que tra- con el P. Rector, que es el director
	bajan en la Institución y de la Institución
	ejerce su posición para re-
	gular/determinar las activi-
	dades de los P. Vicarios

Cuadro 6

RACIONALIDAD	
OBJETO DE TRABAJO	
Elem. determ. Factores	APECTIVOS
Humano y/o materiales	La relación afectiva y de respeto con el P. Rector, determina en ocasiones las observaciones en cuanto al contenido y forma de los diferentes productos comunicativos que se hacen
	IDEOLÓGICOS
La ideología de la Institución condiciona el trabajo en ella	

Cuadro 6 A

<b>ESTRUCTURALES</b>			
<b>Elem. deter. Factores</b>	<b>IDEOLÓGICOS</b>	<b>ORGANIZACIONALES</b>	<b>POLÍTICOS</b>
Humano y/o materiales	La ideología de la Institución está comprometida y se basa en los valores y observaciones de la Iglesia Católica en general y de la Compañía de Jesús en particular	La organización está sustentada en un modelo piramidal de organización	La Institución está determinada y se desarrolla, observando de forma precisa la ideología de la Compañía de Jesús

Cuadro 7

ESTADO DE LA ORGANIZACIÓN	
Elem. deter.	OBJETO DE TRABAJO
Factores	CRECIMIENTO
Humano y/o materiales	Los productos de comunicación para la Institución, se realizan conforme a los objetivos tradicionales que ésta tiene de la doctrina y enseñanza de la religión católica
Humano y/o materiales	Se pretende incorporar a mediano plazo los elementos tecnológicos para la elaboración/uso de productos comunicativos (video, computación, etc)
Humano y/o materiales	Se revisará la aportación económica necesaria para poder utilizar las herramientas tecnológicas convenientes

Cuadro 7 A

ESTRUCTURAL	
Elem. deter.	ACTIVIDAD SOSTENIDA
Factores	CRECIMIENTO
Humano y/o materiales	Los objetivos de la Institución cumplen con los lineamientos de la doctrina de la Iglesia Católica en general, y de la Compañía de Jesús en particular, en la administración de los diferentes servicios religiosos
Humano y/o materiales	Se busca la incorporación más activa y comprometida de los laicos a corto plazo en las diferentes tareas que ayuden a la Institución a mejorar el servicio y atención religiosa en la comunidad
Humano y/o materiales	Se busca la incorporación en la red computacional del Arzobispado de la Iglesia Católica para acceder a

	información que permita ofrecer un mayor número de servicios para la comunidad que acude a la Institución
--	---

Cuadro 8

LIDERAZGO		
OBJETO DE TRABAJO		
Elem. deter. Factores Humano y/o materiales	<b>AUTOCRÁTICOS</b> En la coordinación de comunicaciones, por sus características, se asume personalmente el control de la misma y se establece el ritmo de trabajo; se establece el liderazgo	<b>DEMOCRÁTICOS</b> En ocasiones, se consulta con los encargados de los cursos de formación religiosa o con elementos de otros departamentos, los productos de comunicación que se utiliza para los diversos objetivos de los cursos de la Institución

Cuadro 8 A

ESTRUCTURALES		
Elem. deter. Factores Humano y/o materiales	<b>AUTOCRÁTICOS</b> El P. Rector asume el liderazgo en la Institución	<b>PRESCIDENTES</b> En ocasiones, el P. Rector asume las responsabilidades y funciones de los P. Vicarios, así como también puede prescindir de sus opiniones si así lo considera necesario para alguna tarea específica en la Institución

Cuadro 9

CONDUCTAS	
OBJETO DE TRABAJO	
Elemento	CONCILIADORAS
Factores Humano y/o materiales	En la coordinación de comunicación se establece una relación de respeto con todos los niveles y departamentos de la Institución, se pretende llegar a consensos en toda tarea que se encomiende o que puede ayudar a los compañeros de trabajo

Cuadro 9 A

CONDUCTAS		
ESTRUCTURALES		
Elem. deter.	CONCILIADORAS	INHIBIDAS
Factores Humano y/o materiales	El P. Rector procura una relación de respeto con los P. Vicarios y con todos los miembros de los diferentes departamentos de la Institución	Se presentan en la Institución ciertas situaciones en las que la conducta de algún P. Vicario o encargado de algún curso de formación religiosa hacen que el P. Rector asuma un tipo de conducta inhibida ante los planteamientos o motivos que le presentan y, para evitar un problema, no provoca ninguna discusión al respecto



Cuadro 10

MOTIVOS OBJETIVO DE TRABAJO			
Elem. deter. Factores	IDEAS O VALORES	FACTORES EMOCIONALES	FACTORES ECONÓMICOS
Humano y/o materiales	El trabajo de producción de material de comunicación responde a valores que se tiene como persona	La relación laboral y de amistad con el P. Rector por más de 13 años	El trabajo permite tener buena posición y remuneración económica
Humano y/o materiales			Hay incentivos para todos los trabajadores que permiten obtener prestaciones de ley como el Seguro Social y préstamos para la obtención de vivienda, etcétera

Cuadro 10 A

ESTRUCTURALES	
Elemento deter. Factores	IDEAS O VALORES
Humano y o materiales	La organización simbólica, la administración del culto y la fe, las tradiciones de la Iglesia Católica y de la Compañía de Jesús, determinan el quehacer y la existencia de la Institución

**La ubicación de los problemas en el objeto de trabajo y a nivel estructural, permite la elaboración de la tabla de especificaciones (siguiente hoja), que será la base de los cuestionarios y la recopilación de información acerca de los materiales de comunicación con los que vienen trabajando diferentes personas en la Iglesia de San Ignacio.**

**ESPECIFICACIONES**

OB. DE TR.	DIMENSIONES	INDICADORES	I T E M
Material de comunicación que se utiliza en los cursos de formación religiosa en la Iglesia de San Ignacio de Loyola.	Aspectos de FORMA	<p>Fotografía- Planos donde se encuentra el objeto.</p> <p>Tipografía- La forma de impresión de letras e imágenes.</p> <p>Geometría- Elaboración de las figuras por sus formas</p> <p>Cromático- Colores empleados en los productos de comunicación</p>	<p>De los siguientes elementos visuales ¿cuáles considera usted que deben tomarse en cuenta para producir material comunicativo</p> <p>a) Fotografía b) Tipografía c) Geometría d) Topografía ¿Por qué?</p> <p>¿Qué colores emplearía/recomendaría para elaborar un producto comunicativo? ¿Por qué?</p> <p>Rojo Combinación Azul Otros (especificar) Amarillo</p> <p>¿De los siguientes tipos de letras, cuál cree usted que debería(n) emplearse para construir mensajes en los productos comunicativos</p> <p>Times New Roman Bold Typewriter ¿Conoce/propone otra? Especificar</p> <p>¿Qué tipo de figuras geométricas le gustaría observar en los materiales de comunicación?</p> <p>a) Cuadros e) Combinación (¿cuáles?) b) Círculos f) Otros (especificar) c) Rectángulos d) Triángulos</p>

**TABLA DE**

<b>OB. DE TR.</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>I.T.F.M.</b>
			<p>¿Qué tipo de personajes le gustaría que aparecieran en los productos comunicativos?</p> <p>a) Religiosos b) Vida común c) Niños y niñas (únicamente) d) Caricaturas e) Otro o alguna combinación (especificar)</p> <p>¿Qué tan pertinente piensa Ud. que la elaboración de figuras sencillas o complejas despierta mayor interés en las personas que utilizan material de comunicación? ¿Por qué?</p> <p>¿Qué otros medios aparte de los ya utiliza, cree Ud. que le ayudarían a desarrollar su curso de formación religiosa?</p> <p>a) Video                           c) Computación b) Diapositivas                   d) Otros (especificar) ¿Por qué?</p> <p>¿Cree Ud. que las dinámicas de grupo o alguna representación teatral ayudaría a mejorar la comprensión de los objetivos de las clases de los cursos de formación religiosa? ¿Por qué?</p> <p>En su curso particular, ¿qué imagen de Dios quiere dar a sus alumnos?</p> <p>a) Un ser todopoderoso b) Un padre amoroso c) Un ser represor/vengativo d) Un ser que se hizo hombre para salvarnos</p>
	<p>Medios electrónicos/visuales a) Video b) Diapositivas c) Computación</p> <p>Otros medios a) Dinámicas de gpo. b) Obras de teatro</p> <p><b>DIOS</b></p>		
	<p>Aspectos de <b>CONTENIDO</b></p>		

		<p><b>FE CRISTIANA</b></p>	<p>e) Otro (especificar)</p> <p>¿De qué manera se fomenta la Fe en el curso que usted imparte?</p> <p>a) Como la esperanza de algo mejor b) Motivación para la vida c) Confianza en algo/alguien que no conocemos d) Otro (especificar)</p>
		<p><b>BIBLIA</b></p>	<p>¿Cuál es el objetivo de la lectura/explicación de la Biblia a los alumnos de su curso de formación religiosa?</p> <p>a) Recuento de hechos que sucedieron hace muchos años b) La fascinante historia de un pueblo c) Sucesos históricos que tienen un significado en la vida actual del hombre d) Otro (especificar) ¿Por qué?</p>
		<p><b>EL SER HUMANO</b></p>	<p>¿Qué concepto de Ser humano se proyecta/tiene en el curso de formación religiosa que Ud. da?</p> <p>a) Es una muestra del amor de Dios b) Es una persona que para ser feliz debe seguir una serie de normas c) Es una persona que vive en este mundo de forma temporal y debe prepararse para otro mejor d) Otro (especificar)</p>
		<p><b>IGLESIA</b></p>	<p>¿Qué concepto de la Iglesia (en general) pretende Ud. mostrar a las personas de los cursos de formación religiosa?</p> <p>a) Una institución que debe modernizarse en sus reglas y métodos de doctrina/servicios religiosos b) Una comunidad de fieles c) Una institución portadora de valores y tradiciones cristianas d) Un templo donde se reúne una comunidad de feligreses para</p>

<p><b>AMOR</b></p>	<p>celebrar un servicio religioso e) Otra (especificar)</p> <p>¿Qué visión del amor se da a las personas en los cursos de formación religiosa? a) Es un sentimiento positivo b) Es una actitud y una forma de vivir c) Es Dios y la Iglesia que fundó d) Es la unión entre un hombre y una mujer e) Otro (especificar)</p>
<p><b>VALORES, VIRTUDES</b></p>	<p>¿Qué valores procuran o se desarrollan en las personas que asisten al curso que Ud. imparte? a) Paciencia b) Lealtad c) Responsabilidad d) Templanza e) Otros (especificar)</p>
<p><b>JUSTICIA</b></p>	<p>Escriba por favor ¿de qué manera se fomenta/presenta la justicia en el curso que Ud. imparte?</p>
<p><b>RELACIONES SOCIALES</b></p>	<p>¿Qué tipo de relaciones sociales se fomentan y/o enriquecen en su curso de formación religiosa? a) Intrapersonales b) Con la pareja c) Con los padres d) Con la familia e) Con la comunidad f) Otros (especificar)</p>

	<p>Aspectos de USO del material de comunicación</p> <p>Aspectos de FINALIDAD del material de comunicación</p>	<p>Utilidad personal</p> <p>Utilidad interpersonal</p> <p>Alcances del material</p> <p>Pertinencia del material</p>	<p>¿Cuál considera Ud. que es la utilidad que le dan las personas al material de comunicación que tienen en los cursos de formación religiosa? ¿Por qué?</p> <p>¿Cuál creó Ud. que es el alcance del material de comunicación en un curso de formación religiosa?</p> <p>¿Cuál es la finalidad del material de comunicación en los cursos de formación religiosa?</p>
--	---	---	---

**Los modelos de los cuestionarios así como los cuestionarios que fueron contestados, se pueden consultar en los Anexos de este trabajo.**



## RESPUESTAS CATEGORIZADAS

Para el cuestionario I		No. de pregunta	
1	9	19	22
<p>Comunicación oral</p> <p>4</p> <p>Libros</p> <p>3</p> <p>Dibujos</p> <p>1</p> <p>Cassettes</p> <p>2</p> <p>Audiovisuales</p> <p>1</p> <p>Carteles</p> <p>1</p> <p>Pizarrón</p> <p>2</p> <p>Cuestionarios</p> <p>2</p> <p>Biblia</p> <p>3</p> <p>Revistas</p> <p>1</p>	<p>Figuras complejas</p> <p>Figuras sencillas</p>	<p>Como amor</p> <p>3</p> <p>Como una calificación</p> <p>1</p> <p>Concientización de personas</p> <p>1</p> <p>Fundamento de una vida cristiana</p> <p>1</p> <p>Respeto a personas</p> <p>2</p>	<p>Ayuda a cumplir un objetivo</p> <p>2</p> <p>Completar el curso</p> <p>1</p> <p>Comprensión de conceptos</p> <p>5</p>
<p>Por la frecuencia de respuestas, para esta pregunta se considerará:</p> <p>a) Com. oral</p> <p>b) Libros</p> <p>c) Biblia</p> <p>d) Cuestionarios</p> <p>e) Cassettes</p>	<p>Ya que sólo hay dos posibilidades de respuestas, entonces se va a considerar:</p> <p>a) Fig. complejas</p> <p>b) Fig. sencillas</p>	<p>Por la frecuencia de las respuestas, entonces:</p> <p>a) Como amor</p> <p>b) Respeto a las personas</p> <p>c) Concienctización de las personas</p> <p>d) Fundamentos de una vida cristiana</p>	<p>Unicamente hay 3 opciones de respuesta, por lo tanto:</p> <p>a) Comprensión de conceptos</p> <p>b) Ayuda a cumplir un objetivo</p> <p>c) Completar el curso</p>

<b>Para el cuestionario 2</b>	
<b>No. de pregunta</b>	<b>12</b>
1	Ayuda a contestar preguntas
2	Aprender cosas
3	Repasar las cosas que se aprende
3	No sirve
Esta pregunta tendrá 3 posibles respuestas:	Las opciones de respuestas serán:
a) Libro	a) Repasar lo que aprendo en clase
b) Cuaderno	b) Ayuda a contestar preguntas
c) Lápices/colores	c) Ayuda a aprender cosas
	d) No sabe/no contestó
<b>Para el cuestionario 3</b>	
<b>No. de pregunta</b>	<b>16</b>
1	Estudiar
1	Conocer a Dios
1	Aprender religión
1	Llevar una vida más cristiana
Estas respuestas se van a categorizar:	En esta pregunta, se presentó una posible respuesta, por lo tanto, la opción es la misma para todos los casos
a) Conocer a Dios	
b) Aprender religión	
c) Llevar una vida más cristiana	

Para el cuestionario 4		18
No. de pregunta		
Libro	2	3
Cuaderno	6	
Comunicación oral	4	2
Biblia	1	
Catecismo	1	3
Hojas/plumas/lápiz	2	
<p>Por las opciones que ofrecen, la categorización queda así:</p> <p>a) Libro</p> <p>b) Cuaderno</p> <p>c) Biblia</p> <p>d) Com. Oral</p> <p>e) Hojas/pluma/lápiz</p>		<p>Unicamente encontramos tres tipos de respuestas, y su categorización se presenta:</p> <p>a) Para tener información</p> <p>b) Como bibliografía</p> <p>c) El material no tiene utilidad</p>









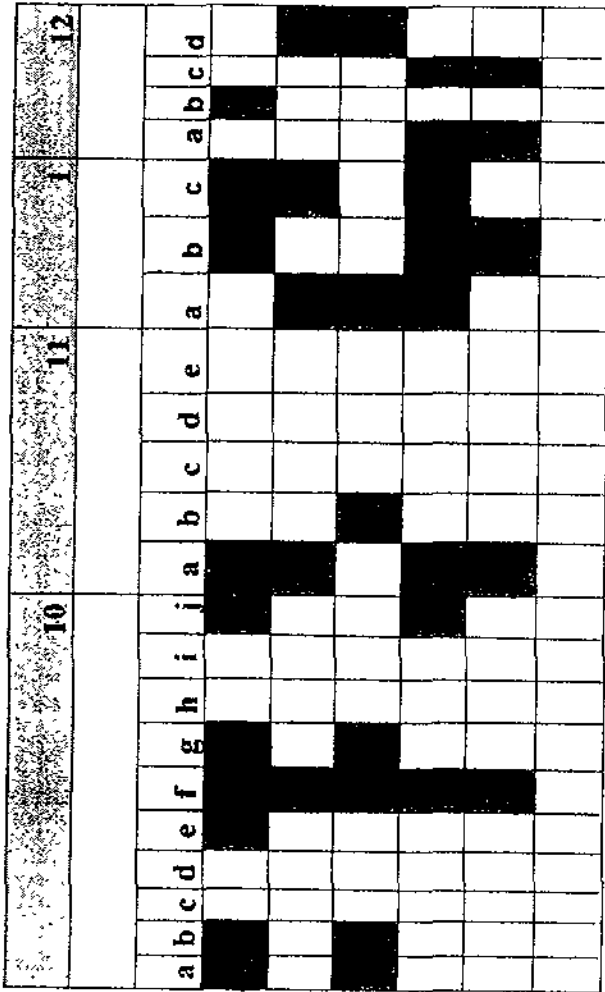




TABLA DE RESPUESTAS PARA EL CUESTIONARIO 3

ITEM	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
Persona														
1	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	a	b	c	d
2	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	a	b	c	d
	a	b	c	d	e	a	b	c	d	e	a	b	c	d







## 2. DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN PRESENTADA EN LOS CUADROS

Para las personas encargadas de los cursos de formación religiosa, las respuestas fueron:

En el ítem "¿cuáles materiales de comunicación utiliza en el curso que imparte?", la mayoría de los encargados usan el libro, como la Biblia, Curso de pre-paración al Matrimonio, etcétera; los otros materiales son cassettes y cuestionarios. Cabe destacar que ellos consideran importante la comunicación oral.

Para la pregunta "¿creé Ud. que el material de comunicación que utiliza es adecuado para el curso?" de las siete personas, cinco respondieron que "es adecuado" y dos "muy adecuado".

En la pregunta 3, de la lista de materiales de comunicación que ayudarían al desarrollo de los cursos, las respuestas señalan que las diapositivas serían el material ideal para este objetivo, en segundo lugar la utilización de mapas y en tercer sitio contestaron que los materiales utilizados de forma regular como libros, cuestionarios, así como carteles, apoyarían el desarrollo de las clases.

En el ítem "¿cuáles elementos visuales considera que deben tomarse en cuenta para elaborar material de comunicación?", la mayoría de los encargados señalaron que los elementos fotográficos son necesarios de cuidar, una de las personas consideró a los elementos cromáticos (colores).

De la pregunta 5, "¿qué colores emplearía/recomendaría para elaborar material de comunicación?", la mayoría de los encargados de los cursos anotaron que una combinación de colores vivos y llamativos serían adecuados; también señalaron que el color rojo y el azul son pertinentes para incluirlos en productos comunicativos.

Para construir mensajes en los productos, las personas señalaron que el tipo de letra adecuado sería el modelo "arial", es decir, una letra sencilla y de fácil lectura.

Al responder "¿qué tipo de figuras geométricas le gustaría observar en los materiales de comunicación?", señalaron en primer lugar los cuadros, luego círculos y en tercero figuras a base de rectángulos.

De la pregunta 8, acerca de los personajes que aparecerían en los productos, los encargados anotaron, casi en igual proporción, a los religiosos y a los de la vida común.

Para conocer si prefieren figuras sencillas o complejas que motiven el interés de los alumnos de la clase que utilizan los materiales de comunicación, la mayoría de los encargados prefirió elaboración de figuras sencillas (3 personas) y sólo una de ellas consideró figuras complejas.

La respuesta a qué otros medios comunicativos permitirían el desarrollo de los diferentes cursos, anotaron que el video y las diapositivas son instrumentos adecuados para las explicaciones en clase.

Al preguntar si las dinámicas de grupo o alguna representación teatral podrían mejorar la comprensión de los objetivos de los cursos, la mayoría de los encargados (6) contestó afirmativamente y sólo una persona contestó que no.

De la pregunta 12 "¿qué imagen de Dios quiere dar a sus alumnos?", todos los encargados respondieron que el objetivo es presentarlo como "un padre amoroso" y en segundo lugar "como un ser todopoderoso".

En el ítem 13, "¿de qué manera se fomenta la fe en el curso que imparte?", las personas coincidieron en dos respuestas: "como la esperanza de algo mejor" y como "una motivación para la vida", en segundo lugar respondieron "confianza en algo/alguien que no conocemos".

Con respecto al objetivo de la lectura/explicación de la Biblia a los alumnos de los diferentes cursos, los profesores anotaron diferentes respuestas a las que se les propuso en el cuestionario; de las sugeridas, anotaron "sucesos históricos con significados socio-culturales en la vida actual del hombre" y como segunda opción "la fascinante historia de un pueblo".

Para la pregunta 15, acerca del concepto de "ser humano que se proyecta/tiene en el curso de formación religiosa", los encargados consideran dos respuestas: en primer lugar "una muestra del amor de Dios" y "es una persona que vive en este mundo de forma temporal y que se prepara para otro mejor"; en segundo sitio, sólo una persona no coincidió con esta opción.

Para saber cuál es el concepto de Iglesia en general que se desea enseñar a los alumnos, los profesores (en su mayoría) señalaron que "es una institución portadora de valores y tradiciones cristianas", en segundo lugar consideran "un templo donde se reúne una comunidad de feligreses" y como tercera opción contestaron otras categorías.

A la pregunta 17 "¿qué visión del amor se da a las personas de su curso?", contestaron con mayor frecuencia que "es una actitud y forma de vivir", como segunda opción "es Dios y la Iglesia que fundó" y en tercer lugar "la unión de un hombre y una mujer".

Para conocer "¿qué valores procura o se desarrolla en las personas que están en su curso?", los profesores destacaron la responsabilidad en primer término, la lealtad en segundo y otros valores diversos como tercera opción.

La forma en que los encargados de los cursos fomentan o presentan la justicia en cada clase es "una manifestación de amor", en segundo lugar "como el respeto a todas las personas" y finalmente, justicia es la "concientización de las personas en su vida" o como "fundamento de una vida cristiana".

En la pregunta 20, "¿qué tipo de relaciones sociales se fomentan y/o enriquecen en su curso de formación religiosa?", los encargados destacaron como más importantes dos tipos: intrapersonales y con la comunidad; en segundo término con la familia y como tercera opción, las relaciones con la pareja y con los padres.

Acerca de la utilidad que dan los alumnos al material de comunicación que tienen o tendrían, los profesores anotaron "muy útil" y "útil" como las dos posibles respuestas.

En la opinión de cuál es el alcance del material de comunicación en cualquier curso de formación religiosa, los encargados consideran que es, primordialmente, una ayuda en la comprensión de conceptos que se dan en las clases, y en menor grado lo destacan como una herramienta para cumplir los objetivos de los cursos o un complemento de los mismos.

Para la última pregunta de cuál consideran los profesores que sea la finalidad de utilizar material de comunicación en los diversos cursos, como primera opción, ser un apoyo para ellos mismos, en segundo lugar consideran dos respuestas por igual: "reforzar

la enseñanza/aprendizaje tradicional de los cursos" e "ilustrar situaciones/vivencias que se dan en la vida".

Para el cuestionario que se aplicó a los niños del curso de catecismo, las respuestas son las siguientes:

De los materiales que utilizan en su curso, casi todos (4) anotaron a los libros en primer lugar; colores, lápices y hojas en segundo sitio y los cuadernos como tercera opción.

Al preguntarles con qué materiales les gustaría trabajar en sus cursos, destacaron a los videos, en segundo lugar fotografías y los comics como tercera opción.

Los colores que más les gustan son:

- 1.- rojo
- 2.- azul
- 3.- varios, como el verde, morado o café.

El tipo de letra que más llama la atención es de tipo "lucida handwritin" y también "arial".

Para la pregunta 5, "¿qué tipo de personajes te gustaría que aparecieran en revistas, comics, videos?", eligieron personajes religiosos; en segundo lugar animalitos y en tercero niños, como ellos.

Para saber si les agradaría aprender el catecismo por medio de teatro, juegos, etcétera, tres de ellos contestaron afirmativamente, y dos contestaron que no.

La representación de Dios que los niños tienen es "una persona que quiere nuestro bien y nos cuida para que ganemos el cielo"; en segundo lugar "una persona todopoderosa" y también "un padre amoroso" como tercera respuesta.

Para todos los niños que contestaron esta pregunta, la Biblia es la recopilación "de unos datos históricos que dan consejos y ejemplo para vivir bien, como Dios quiere".

En la pregunta 9, "¿qué es para tí la Iglesia?", todos respondieron que la consideran "la casa de Dios".

Con respecto a los valores que les enseñan en su clase, anotaron en primer lugar "conocer a Dios y sus mandamientos", en segundo dieron similar importancia a "portarse bien", "respeto a los papás" y "practicar lo que manda la Iglesia (los sacramentos)".

En la pregunta 11, para conocer cómo les ayuda utilizan o hacen con el material de comunicación que manejan en el catecismo, coincidieron en dos aspectos:

- 1.- ayuda a repasar sus clases
- 2.- ayuda a aprender más cosas del catecismo

Otra opción fue, que les sirve para contestar preguntas que vienen en sus libros de catecismo o algunas que les hacen sus profesoras.

Las respuestas para el cuestionario aplicado a las jóvenes trabajadoras domésticas son las siguientes.

Para la pregunta 1 "¿para qué te sirve el curso al que vienes?", contestaron las dos jóvenes que "para conocer a Dios" y "aprender la religión católica".

El material que utilizan en el curso de formación religiosa al que asisten son: resúmenes y cuestionarios principalmente.

Al preguntarles si estos materiales les gustan, contestaron: "sí, muchísimo" y "mucho".

En el ítem 4, "¿qué colores te gustan más?", las dos personas eligieron el azul y el negro.

El tipo de letra con el que les gustaría trabajar en el curso, el del modelo "arial" y así como el "courier new".

Los materiales de comunicación con los que les gustaría trabajar en su curso son libros y videos.

El tipo de personajes que les gustaría que aparecieran en ese material son: religiosos (ángeles, sacerdotes, monjitas, etcétera).

En la pregunta 8, acerca de aprender y desarrollar sus clases por medio de juegos, dinámicas de grupo, teatro, contestaron afirmativamente y destacaron las dinámicas de grupo.

Para las jóvenes, la representación que tienen acerca de Dios es "un padre amoroso".

Acerca de la fe, para ellas es "confianza en algo/alguien que no conocemos" y también "la esperanza de algo mejor que vendrá".

Elas consideran el estudio y lectura de la Biblia como "sucesos históricos con significado para nuestra vida actual".

En la pregunta 12, "¿qué es la Iglesia para tí?", contestaron "es una comunidad de fieles (creyentes)" y "una institución que cumple con los mandamientos de Dios".

Acerca de la opinión que tiene sobre el amor, respondieron que es "Dios, sus mandamientos y su Iglesia".

Los valores que han fomentado en el curso son: la responsabilidad y la amistad principalmente.

El tipo de relaciones sociales que se enriquecen son con su familia y con ellas mismas.

En la pregunta 16, acerca de la utilización del material de comunicación que les dan en el curso, respondieron que les sirve para estudiar los contenidos expuestos en clase.

Finalmente, ellas piensan que la finalidad del material de comunicación que utilizan es para:

- 1.- reforzar la enseñanza/aprendizaje del curso y
- 2.- servir de ejemplo en situaciones o experiencias que se presentan en la vida.

Las respuestas que anotaron las personas que asisten a un curso de formación religiosa en la Iglesia de San Ignacio, son:

El material de comunicación que más usan es:

- 1.- libros
- 2.- cuadernos
- 3.- hojas, plumas, lápices



Consideran que este material, para el respectivo curso es "muy adecuado" (5 personas) "adecuado" (4) y "algo adecuado" (2).

De los materiales de comunicación que consideran ayudarían al desarrollo en sus clases, están los libros, y en segundo lugar el video y los cuestionarios; como tercera opción, diapositivas y resúmenes de temas.

Para contestar qué colores recomendarían para elaborar productos comunicativos, anotaron que una combinación de éstos es lo pertinente, según el tema o la clase; asimismo destacaron el color azul, y el amarillo.

El tipo de letra adecuada para construir mensajes en los materiales de comunicación, fue el "arial" y, como segunda opción, el "courier new".

En la pregunta 6, acerca del tipo de personajes que consideran adecuados para que aparezcan en los materiales de comunicación, son religiosos y de la vida común (en similar nivel de importancia).

Otros medios que ayudarían al desarrollo de los cursos son: video y en segundo lugar las diapositivas.

Al considerar si las dinámicas de grupo o alguna representación teatral permitirían la comprensión de temas en alguna clase, las respuestas se dividieron: 6 personas están a favor y 5 consideran que no.

La imagen de Dios que tienen estos alumnos es, en primer lugar "un padre amoroso"; en segundo, "un ser que se hizo hombre para salvarnos" y en tercero fueron varias las respuestas.

El curso en el que están les ayuda a vivir la fe cristiana porque:

- 1.- les transmite la esperanza de llevar/tener una vida mejor
- 2.- varias respuestas
- 3.- los motiva en la vida y en sus relaciones sociales

En la pregunta 11, acerca de lo que es la Biblia para ellos, contestaron, en primer lugar dos categorías: "sucesos históricos con significados socio-culturales en la vida actual", así como otras respuestas diferentes a las propuestas; en segundo lugar la consideran "un recuento de hechos que sucedieron hace muchos años".

Con respecto al ser humano, consideran, la mayoría de ellos, es "una muestra del amor de Dios" y "es una persona que vive temporalmente en este mundo y debe prepararse para otro mejor".

Acercas de la Iglesia, de las diferentes opciones contestaron en primer lugar que "es una institución portadora de valores y tradiciones cristianas", en segundo tuvieron varias opiniones, finalmente la consideran "un templo donde se reúne una comunidad de feligreses para celebrar un servicio religioso".

Consideran que el amor es, esencialmente, "una actitud y forma de vivir", y también, "es Dios y la Iglesia que fundó" como segunda opción; en tercer sitio, el amor en "un sentimiento bueno/positivo".

Para la pregunta 15, "¿qué valores considera Ud. que desarrolla/conoce mejor en el curso que toma?" la mayoría de las personas anotaron que es la responsabilidad, y a continuación anotaron varios: amistad, fidelidad, paciencia. En tercer lugar, lealtad.

El tipo de relaciones sociales que se enriquecen con el curso al que asisten, en primer lugar, con la pareja, en segundo con la familia, y en tercero, relaciones intrapersonales y con la comunidad.

La utilidad del curso a que cada persona asiste es "muy útil" para la mayoría de ellos y "útiles" como segundo lugar.

De la última pregunta, acerca de la finalidad que debería tener todo material de comunicación en los cursos de formación religiosa, respondieron:

- 1.- reforzar la enseñanza/información que da el profesor
- 2.- mostrar de forma específica situaciones/vivencias que se dan en la vida
- 3.- varias respuestas
- 4.- es sólo un apoyo de los temas específicos del curso

**MATERIAL DE COMUNICACION RECOMENDADO PARA LA FORMACION RELIGIOSA**

GRUPO	MATERIAL DE COMUNICACION	CARACTERISTICAS	VENTAJAS
<b>PROFESORES Y ENCARGADOS DE LOS CURSOS DE FORMACION RELIGIOSA</b>	<b>DIPOSITIVAS</b>	<p>Se debe cuidar su composición. Que sean visualmente atractivas (elementos cromáticos). Conformadas por personajes de la vida común.</p>	<p>Captar la atención de alumnos. Identificación con los personajes de las diapositivas.</p>
	<b>MAPAS</b>	<p>Visualmente atractivos. Elaborados con un tipo de letra grande y fácil de leer. Utilización de los colores, rojo y azul principalmente.</p>	<p>Captar la atención de los alumnos. Facilitar las exposiciones en clase. Que los alumnos ubiquen de forma rápida lugares de eventos importantes.</p>
<b>DINAMICAS DE GRUPO Y REPRESENTACIONES TEATRALES</b>		<p>Interacción y comunicación entre todos los alumnos. Proporcionar información de forma diferente y amena. Motiva el estudio y la preparación de la clase y/o contenidos que se quieran dar.</p>	<p>Una dinámica grupal (como su nombre lo indica) y una representación teatral, permiten una relación físico-educativa que, a la vez, evita la monotonía de una sola forma de enseñanza. Los alumnos pueden intervenir/ aprender con un sistema no aprovechado del todo en la enseñanza actual en la religión.</p>

<p style="text-align: center;"><b>LIBROS REVISTAS Y CARTELES</b></p>	<p>Que presenten variedad de temas acordes con la realidad del hombre su sociedad y las expectativas religiosas para el próximo siglo.</p> <p><b>Destacar la importancia de la Biblia y el Catecismo (para niños y adultos) como material de comunicación realmente útil en la vida práctica del ser humano.</b></p> <p>Cuidar la presentación, sencilla y a la vez atractiva de los libros.</p> <p>Utilizar y procurar que todos los alumnos cuenten con Biblias de letra grande, con explicaciones e interpretaciones en cada libro que la conforman, y con mapas y fotografías de los lugares y personajes más relevantes de las Escrituras.</p> <p>Los folletos y careteles deberán tratar diferentes temas, su objetivo principal será ofrecer un tipo de información, precisa, y aclarar dudas de temas específicos de los alumnos.</p>	<p>Son la mejor herramienta de apoyo.</p> <p>Se pueden consultar en cualquier momento y lugar.</p> <p>Es el material de comunicación que cuenta con más variedad bibliográfica.</p> <p>En el caso de folletos y careteles, el costo de su elaboración es bajo.</p> <p>Se pueden distribuir y/o presentar fácilmente.</p>
--	---	--

Para los profesores y encargados de los cursos de formación religiosa, el contenido, mensajes e información que los anteriores materiales de comunicación ayudan a expresar, deben enfocarse principalmente:

-A mostrar que la fe cristiana (y la católica en particular) es la esperanza de una vida futura mejor y, a la vez, una motivación para ser una persona caritativa, alegre y comprometida en todas las obras de la vida presente.

-Enseñar que la Biblia son acontecimientos históricos, con mucho significado y actualidad en la vida del hombre.

-Comunicar que el género humano, es una muestra del amor de Dios.

-Ver a la Iglesia como una comunidad de personas y, a la vez, una institución portadora de valores y enseñanzas, que tiene su origen en la vida y obras de Cristo.

-Enseñar a las personas a vivir el amor de varias maneras: como actitud y modo de vida, el amor es Dios y sus preceptos, y también, como el fruto de la unión de un hombre y una mujer.

-Educar en valores como la responsabilidad, la lealtad, la justicia, en la persona misma y para toda la sociedad.

-Fomentar relaciones intrapersonales, con la familia, la pareja, los padres y con toda la comunidad.

GRUPO	MATERIAL DE COMUNICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS
<p>NIÑOS DEL CATECISMO</p>	<p>VIDEOS</p>	<p>Que intervengan diferentes personajes como ángeles, sacerdotes y religiosas. Ya sea con dibujos animados o que también aparezcan niños y niñas como ellos.</p>	<p>El video es uno de los medios de comunicación que más llaman la atención de los niños. Al trabajar con videos hechos con dibujos animados o niños, pueden resultar muy divertidos, coloridos, sencillos y dinámicos. Pueden reforzar eficientemente la enseñanza tradicional que se basa en los libros.</p>
	<p>FOTOGRAFÍAS</p>	<p>Elaboradas con elementos visuales atractivos, destacando el uso de colores como el rojo, azul y el verde principalmente. Que se elaboren con niñas y niños como modelos para hacer el material.</p>	<p>Es una opción no utilizada adecuadamente para la enseñanza de la fe, que puede presentar situaciones de la vida común por las que pasan los niños.</p>

<p><b>COMICS</b></p>	<p>Pueden ser un medio de enseñanza y educación cuyo principal atributo es la sencillez en la elaboración y el contenido, de ágil lectura para los niños.</p> <p>Es un medio que caricaturiza la realidad y hace un poco mas sencilla su explicación</p>	<p>La elaboración es más económica que los medios anteriores.</p> <p>Atractivos para todos los niños.</p> <p>Pueden representar a niños, adultos y personajes de la religión de forma divertida.</p> <p>Pueden consultarse a cualquier hora y momento.</p>
<p><b>TEATRO Y JUEGOS</b></p>	<p>El teatro, al igual que el video, es un poderoso medio de comunicación cuyos contenidos son más fáciles de asimilar para los niños.</p> <p>Los juegos son medios naturales que tienen los niños de convivir y relacionarse entre ellos y el mundo.</p> <p>La formación religiosa, a través del juego, ayudará en una comprensión sencilla de conceptos, lugares, personajes y valores entre los niños.</p> <p>Las obras de teatro y los juegos deben fomentar, por supuesto, la interacción de todos los niños de una clase.</p>	<p>La participación más activa y alegre de los niños a diferencia de una exposición en clase o hacer una tarea.</p> <p>Potencian la creatividad e imaginación de los niños.</p> <p>Deshinbe la participación de todos.</p> <p>Evita la monotonía que pueden causar las clases tradicionales.</p> <p>Con los juegos, pueden utilizar otros muchos materiales como colores, pinturas, hojas, plastilinas, madera, etcétera.</p>

**Para los niños del catecismo, la representación de la formación religiosa se expresa en:**

**-Que para ellos, Dios es una persona que los cuida, quiere su bienestar, y que vayan al cielo; es alguien que todo lo puede y también, un padre amoroso.**

**-La Biblia es una recopilación de consejos y ejemplos que nos ayudan a vivir bien.**

**-La Iglesia es la casa de Dios.**

**-En su clase, se enseña principalmente a conocer a Dios y sus mandamientos, portarse bien, querer y obedecer a sus papás, y hacer lo que la Iglesia les manda (los sacramentos).**

**-Consideran que el material de comunicación con el que trabajan les ayuda a repasar sus clases de catecismo y aprender más cosas con él.**



GRUPO	MATERIAL DE COMUNICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS
<p>JOVENES Y SEÑORAS TRABAJADORAS DOMESTICAS</p>	<p>LIBROS</p>	<p>Extensa bibliografía. Diversos materiales y costos. Deben adquirirse libros de fácil lectura, letra grande y con fotografías de mapas y otras ilustraciones. Deben fomentar el interés por la investigación y profundización de temas vistos en clase.</p>	<p>Consulta en cualquier lugar y momento. Ayuda al repaso y estudio de diferentes temas. Los libros religiosos son relativamente baratos.</p>
	<p>VIDEO</p>	<p>Deben elaborarse, de preferencia, con personajes religiosos. Visualmente sencillos. Con temas religiosos y también que traten problemas cotidianos: en la casa, familia, pareja, patrones, hijos, sexualidad, aborto. Que expliquen términos, signos, obras de personajes, etcétera, de la Iglesia.</p>	<p>Es un medio nuevo y atractivo para ellas. Fomenta el interés por los temas de la clase. Pueden observar/ubicar lugares y personajes históricos. Amplía los contenidos que generalmente se estudian en clase.</p>

	<p style="text-align: center;"><b>DINÁMICAS DE GRUPO</b></p>	<p>Deben propiciar la interacción entre los integrantes de la clase.</p> <p>Deben enfocarse a la enseñanza de contenidos sencillos que puedan asimilarlos.</p> <p>Motivar el aprendizaje de forma amena.</p>	<p>Las alumnas aprenderán en clase por un método no utilizado hasta el momento.</p> <p>Participación de todos los elementos de la clase.</p> <p>Intercambio de puntos de vista y expectativas de las participantes.</p>
--	--	--	---

**Para las jóvenes y señoras trabajadoras domésticas, la formación religiosa se expresa en:**

**-Una ayuda a conocer a Dios y los preceptos de la Iglesia Católica.**

**-Para ellas, Dios es un padre amoroso.**

**-La fe se manifiesta en algo/alguien que aunque no lo conocen (Dios) les ayuda a salir adelante, y también la fe es la esperanza de una vida mejor que vendrá.**

**-La Biblia es una recopilación de sucesos históricos con significados para la vida actual de mujeres y hombres.**

**-Para ellas, la Iglesia es una comunidad de creyentes que cumple con los preceptos de Dios.**

**-El amor se manifiesta a través de Dios, sus mandamientos y la Iglesia.**

**-Se fomentan valores como la responsabilidad y la amistad.**

**-Se enriquecen relaciones con la familia y con ellas mismas.**

**-El material de comunicación que utilizan, les sirve para estudiar los diferentes contenidos de las clases, y sirven como ejemplo de experiencias que se presentan en la vida.**

GRUPO	MATERIAL DE COMUNICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS
<p>PERSONAS QUE ASISTEN A ALGÚN CURSO DE FORMACIÓN RELIGIOSA</p>	<p>LIBROS</p>	<p>Hay variedad bibliográfica.          Hay opciones de temas y niveles de profundidad de lo que se quiere investigar.          Deben responder a las necesidades de la sociedad actual.</p>	<p>Consulta en cualquier ocasión y momento.          Reforzar los conocimientos adquiridos en clase.</p>
	<p>VIDEO          Y          DIAPOSITIVAS</p>	<p>Existen diversos títulos, según el tema y nivel de conocimiento.          Fomentan la reflexión entre las personas y el mayor conocimiento de temas.          De preferencia, en los videos deben aparecer personas de la vida común.          Se tienen que realizar de tal modo que resulten atractivos a los alumnos de los diferentes cursos.</p>	<p>Actualizar la exposición en las clases.          Evitar clases tradicionales a lo largo del curso.          Videos y diapositivas visualmente atractivos y con un buen guión evita distracciones en clase.          Se puede pedir una evaluación por escrito acerca de lo visto en los materiales.</p>

	<p>Los resúmenes deben contener información muy concreta.</p> <p>Asimismo deben precisar conceptos, evitar confusiones en el contenido de las clases.</p> <p>Servir de reflexión al final de las clases.</p> <p>Los cuestionarios tienen que ser el medio de evaluación ideal de los diferentes cursos de formación religiosa.</p>	<p>Bajo costo de elaboración.</p> <p>Distribución sencilla.</p> <p>Aclaran rápidamente dudas comunes.</p> <p>En el caso de los cuestionarios, deben ser fáciles de calificar.</p> <p>El cuestionario refuerza los conocimientos de los alumnos y/o en su caso, sirve para propiciar la duda y su respectiva aclaración.</p>
<p>RESÚMENES Y CUESTIONARIOS</p>		

Para las distintas personas que toman algún curso de formación religiosa que se dan en la Iglesia de San Ignacio, la respuesta de los contenidos en el material de comunicación se expresa como:

-Dios es un padre amoroso, que se hizo hombre para el bien del género humano.

-Toman algún curso porque les transmite la esperanza de tener una mejor calidad de vida y, esto les motiva en sus quehaceres cotidianos y en las relaciones sociales.

-Consideran que en la Biblia hay acontecimientos históricos con significados para mujeres y hombres de hoy.

-El ser humano es una muestra del amor de Dios, que vive en este mundo de forma temporal y debe prepararse para otra vida mejor.

-La Iglesia Católica es una institución portadora de valores y tradiciones cristianas.

-El amor es una actitud y forma de vivir, así como Dios y el mensaje que dejó. Por otro lado, amor es un sentimiento positivo.

-Consideran que desarrollan valores como la responsabilidad, amistad, fidelidad, paciencia, entre otros.

-Les ayuda a enriquecer relaciones con la pareja, con la familia y con la comunidad.

-Consideran que el material de comunicación que utilizan refuerza las enseñanzas y toda la información que dan los profesores, muestran situaciones que se presentan en la vida, y es un apoyo en temas específicos del curso.

## III PROPUESTAS

### A. INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

#### 1. CLASIFICACIÓN DE PROBLEMAS

Se puede afirmar que esta parte del trabajo contiene las prescripciones necesarias para dar solución a la información que arrojó la metodología de investigación.

De manera gráfica y en cuadros de vaciados de datos, se van a proponer tres tipos de soluciones; Propuestas, Sugerencias y Recomendaciones, dependiendo de los alcances y el tipo de problema a resolver.

**Propuestas:** Se entiende como una solución estructurada, consecuencia directa del diagnóstico de un problema. Toda propuesta debe formalizar estrategias (trabajo de planificación) y describir lineamientos. Para este trabajo, es importante destacar que una propuesta se puede hacer en la práctica profesional sin la necesidad de que afecte el nivel estructural de la Institución.

**Sugerencias:** Se refieren a soluciones que implican un fundamento para resolverlas; no tienen la estructuración y profundidad de una propuesta, sin embargo, implican un trabajo de planificación en general de las tareas y estrategias a seguir para resolver alguna dificultad. Una sugerencia puede o no depender de la práctica profesional en la institución y no afecta directamente el nivel estructural de la institución.

**Recomendaciones:** Son, en este caso, enunciados, no estructurados pero con fundamentación. Una recomendación afecta necesariamente el nivel estructural de la Institución y el problema que resuelve, por lo tanto, no depende directamente de la práctica profesional. En este trabajo, las recomendaciones son soluciones que implican mucho tiempo en su resolución ya que afectan a todas la estructura de la Institución, incluyendo el nivel de dirección.

Con base en la descripción de la información presentada en el capítulo anterior, los problemas y las prescripciones se dan en dos niveles: Práctica profesional y estructural.

El nivel de práctica profesional se refiere al trabajo específico que se desarrolla en la Iglesia de San Ignacio, es decir coordinador de comunicación. Al referirnos al nivel estructural entendemos aquellas cuestiones y trabajos que dependen de la dirección de la Institución (la Iglesia) y, no se puede incidir directamente desde el puesto de coordinador; este nivel se clasificará como Institucional.

De manera general, con base en la experiencia laboral, las prescripciones o la solución de los problemas se puedan dar en tres plazos: corto, mediano, y largo. Estos plazos se justifican más adelante.

La siguiente es una clasificación jerarquizada de los problemas a nivel de práctica profesional y a nivel institucional.

### **Práctica profesional**

- 1.- Escasa variedad de productos comunicativos para los diversos cursos de formación religiosa.
- 2.- Los materiales de comunicación que se utilizan en los cursos no son los adecuados y/o pertinentes.
- 3.- Falta de interés de las personas que asisten a los cursos hacia el material de comunicación que utilizan.
- 4.- No hay un intercambio de experiencias con las coordinaciones de comunicación o encargados de los diferentes cursos de formación religiosa de otras instituciones como en la que se trabaja.
- 5.- Se debe procurar la óptima utilización de los productos comunicativos que hay en los diferentes cursos de formación religiosa.
- 6.- El equipo de comunicación que hay en la institución no es muy diverso y con las características necesarias para la producción de diversos materiales de comunicación.
- 7.- Hay que incorporar las herramientas tecnológicas como el video y la computación en la realización de productos comunicativos e incrementar el uso de las diapositivas en los cursos de formación religiosa. En el caso de los libros que se utilizan, es pertinente la revisión de la bibliografía que se utiliza, y considerar la revisión de otros títulos y contenidos en libros que ayuden con los objetivos de los cursos.
- 8.- Se requiere de una mayor comunicación entre la coordinación de comunicación y los encargados de los cursos de formación religiosa.
- 9.- Se debe procurar la elaboración de productos comunicativos que consideren a los elementos fotográficos y cromáticos principalmente para lograr un mayor impacto y efecto en los alumnos.
- 10.- Hay que incorporar las dinámicas de grupo como una valiosa opción de integración-aprendizaje-intercambio de ideas, información, etcétera en los diversos cursos de formación religiosa.
- 11.- Es necesario revalorar la utilidad de los diversos materiales de comunicación que se utilizan en los cursos de formación religiosa.



12.-La ideología de la institución, determina los contenidos de los productos comunicativos que se realizan. Es viable una revisión de los mismos con el fin de adecuarlos a la realidad que viven todas las personas que actualmente se acercan a tomar algún tipo de instrucción religiosa.

13.-Carencia en la institución de una oficina propia de la coordinación de comunicación.

14.-Por sus características, existe una falta de intercambio de opiniones y criterios en la coordinación de comunicación que ayuden a mejorar la producción de material comunicativo.

15.-En ocasiones no existe una disposición para hacer el trabajo que se encomienda a la coordinación de comunicación.

### Institucionales

1.- El contenido y la presentación de los productos comunicativos no ha variado en los cursos de formación religiosa.

2.- Rechazo a la modificación en los contenidos y formas de comunicación que permitirían quizá una mejor comprensión de temas de los diferentes cursos de formación religiosa.

3.- Considerar y planificar el método de enseñanza tradicional de los cursos de formación religiosa incorporando elementos del teatro y las dinámicas de grupo así como otras herramientas como la fotografía, diapositivas, mapas, etcétera, con el fin de que las clases sean mucho más participativas y atractivas para los alumnos de los diferentes cursos.

4.- Fomentar una mayor comunicación entre el P. Rector-P. Vicarios-encargados de los cursos de formación religiosa.

5.- Falta de propuestas e intercambio de experiencias y sugerencias entre el P. Rector y los P. Vicarios para discutir los contenidos de las clases en los diferentes cursos.

6.- La jerarquía de la institución es piramidal.

7.- Concentración de decisiones en la institución por parte del P. Rector.

8.- Carencia de propuestas de los P. Vicarios para distribuir/tomar algunas tareas y decisiones en la institución.

9.- Los recursos económicos no permiten utilizar/conseguir materiales de comunicación diferentes al que se usa actualmente en los diferentes cursos.

10.-Sería adecuado incorporar a la Iglesia de San Ignacio los servicios computacionales que ofrece la red de Internet del Arzobispado de México, con el propósito de acceder a información que permita dar/obtener diversos servicios para la comunidad.

11.-Fomentar la participación de los laicos de la comunidad en las tareas de servicios religiosos y de formación religiosa de la comunidad de la Iglesia de San Ignacio.

12.-La ideología de la institución está sustentada y limitada por los valores y objetivos de la Iglesia Católica en general, y de la Compañía de Jesús en particular.

13.-Los requerimientos y necesidades del P. Rector influyen/limitan el trabajo de la coordinación de comunicación para realizar el material de comunicación pertinente.

14.-Por compromisos de los P. Vicarios, el P. Rector asume tareas y responsabilidades que no le corresponden y, en ocasiones, puede afectar esto en el desarrollo de la institución.

15.-Hay ocasiones que las conductas de algún P. Vicario o algún encargado de curso hacen que el P. Rector asuma un tipo de conducta inhibida. (Se refiere a que por timidez o para evitar una discusión, no toma las medidas necesarias para resolver un conflicto).

## **a) PRIORIDADES PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD PROFESIONAL**

Se refieren a las prescripciones básicas para mejorar el nivel laboral en la coordinación de comunicación de la Institución.

Los criterios para hacer la clasificación de los problemas se realiza con base en la experiencia laboral y se van a anotar conforme a su número en la jerarquización y dependiendo del plazo en que se va a considerar resolver.

### A corto plazo

1.- Escasa variedad de productos comunicativos para los diversos cursos de formación religiosa.

3.- Falta de interés de las personas que asisten a los cursos hacia el material de comunicación que utilizan.

5.- Se debe procurar la óptima utilización de los productos comunicativos que hay en los diferentes cursos de formación religiosa.

8.- Se requiere de una mayor comunicación entre la coordinación de comunicación y los encargados de los cursos de formación religiosa.

14.- Por sus características, existe una falta de intercambio de opiniones y criterios en la coordinación de comunicación que ayuden a mejorar la producción de material comunicativo.

15.- En ocasiones, no existe una disposición para hacer el trabajo que se encomienda a la coordinación de comunicación.

### A mediano plazo

2.- Los materiales de comunicación que se utilizan en los cursos no son los adecuados y/o pertinentes.

4.- No hay un intercambio de experiencias con las coordinaciones de comunicación o encargados de los diferentes cursos de formación religiosa de otras instituciones como en la que se trabaja.

6.- El equipo de comunicación que hay en la institución no es muy diverso y con las características necesarias para la producción de diversos materiales de comunicación.

7.- Hay que incorporar las herramientas tecnológicas como el video y la computación en la realización de productos comunicativos e incrementar el uso de las

diapositivas en los cursos de formación religiosa. En el caso de los libros que se usan, es pertinente la revisión de la bibliografía con la que se trabaja, y considerar la revisión de otros títulos y contenidos en libros que ayuden con los objetivos de los cursos.

9.- Se debe procurar la elaboración de productos comunicativos que consideren a los elementos fotográficos y cromáticos principalmente para lograr un mayor impacto y efecto entre los alumnos.

11.-Es necesario revalorar la utilidad de los diversos materiales de comunicación que se utilizan en los cursos de formación religiosa.

13.-En la institución se carece de una oficina propia de la coordinación de comunicación.

### A largo plazo

10.-Hay que incorporar las dinámicas de grupo como una valiosa opción de integración-aprendizaje-intercambio de ideas, información, etcétera en los diversos cursos de formación religiosa.

12.-La ideología de la institución, determina los contenidos de los productos comunicativos que se realizan. Es viable una revisión de los mismos con el fin de adecuarlos a la realidad que viven todas las personas que actualmente se acercan a tomar algún tipo de instrucción religiosa. Esta realidad que ya no se puede determinarse simplemente como "buena" o "mala"; hoy es mucho más compleja y en ciertos casos ambigua, por lo tanto el contenido de los materiales tiene partir de un análisis profundo y cuidadoso dejando, hasta cierto punto matices utópicos que en ocasiones los caracteriza.

## **b) PRIORIDADES PARA MEJORAR LA INSTITUCIÓN**

Al igual que la práctica profesional, y basándonos en nuestra experiencia en ella, podemos afirmar una serie de prescripciones con el fin de apoyar la labor y misión de la Institución.

### A corto plazo

4.- Fomentar una mayor comunicación entre el P. Rector-P. Vicarios-encargados de los cursos de formación religiosa.

5.- Falta de propuestas e intercambio de experiencias y sugerencias entre el P. Rector y los P. Vicarios para discutir los contenidos de las clases en los diferentes cursos.

11.-Fomentar la participación de los laicos de la comunidad en las tareas de servicios religiosos y de formación religiosa de la comunidad de la Iglesia de San Ignacio.

13.-Los requerimientos y necesidades del P. Rector influyen/limitan el trabajo de la coordinación de comunicación para realizar el material de comunicación pertinente.

15.-Hay ocasiones en que las conductas de algún P. Vicario o algún encargado de curso hacen que el P. Rector asuma un tipo de conducta inhibida.

#### A mediano plazo

1.- El contenido y la presentación de los productos comunicativos no ha variado en los cursos de formación religiosa.

7.- Concentración de decisiones en la institución por parte del P. Rector.

8.- Carencia de propuestas de los P. Vicarios para distribuir/tomar algunas tareas y decisiones en la institución.

9.- Los recursos económicos no permiten utilizar/conseguir materiales de comunicación diferentes al que se usa actualmente en los diferentes cursos.

10.-Sería adecuado incorporar a la Iglesia de San Ignacio los servicios computacionales que ofrece la red de Internet del Arzobispado de México, con el propósito de acceder a la información que permita dar/obtener diversos servicios para la comunidad.

14.-Por compromisos de los P. Vicarios, el P. Rector asume tareas y responsabilidades que no le corresponden y, en ocasiones, puede afectar esto en el desarrollo de la institución.

#### A largo plazo

2.- Rechazo a la modificación en los contenidos y formas de comunicación que permitirían quizá una mejor comprensión de temas de los diferentes cursos de formación religiosa.

3.- Considerar y planificar el método de enseñanza tradicional (por medio de la explicación oral de los temas) de los cursos de formación religiosa incorporando elementos de teatro y las dinámicas de grupo así como otras herramientas como la fotografía,

diapositivas, mapas, etcétera, con el fin de que las clases sean mucho más participativas y atractivas para los alumnos de los diferentes cursos.

6.- La jerarquía de la institución es piramidal.

12.-La ideología de la institución está sustentada y limitada por los valores y objetivos de la Iglesia Católica en general, y de la Compañía de Jesús en particular.

## 2. JUSTIFICACIÓN DE LOS PROBLEMAS PRIORITARIOS

La resolución de los problemas en una institución como la Iglesia de San Ignacio de Loyola debe tener en consideración algo: que la naturaleza, desarrollo, objetivos y finalidad de su existencia responde a necesidades muy específicas, que tienen muchos años de ser importantes para diferentes generaciones de personas y, por consecuencia, en cada etapa de su funcionalidad trata de adaptarse a las circunstancias específicas de cada periodo.

Para este trabajo, se han considerado tres etapas en para la solución de problemas, tanto a nivel de la práctica profesional como a nivel institucional.

Corto plazo: Se entiende como soluciones que pueden darse/aplicarse en el momento, de inmediato; no se necesita de una planeación para resolverlos. Dependen de la decisión directa y oportuna, por un lado, de la coordinación de comunicación, y a nivel institucional, directamente del P. Rector.

Mediano plazo: En este caso, se requiere de una planeación y discusión de objetivos. A nivel de práctica profesional, las soluciones a mediano plazo deben considerar tanto las opiniones y recomendaciones de la coordinación de comunicación con las posibilidades y apoyo que ofrezca la dirección de la institución.

Se considera en este sentido un tiempo entre 6 y 18 meses como mediano plazo.

Largo plazo: De las tareas y objetivos considerados en la práctica profesional y cuya solución se considera a largo plazo, cabe destacar que se necesita de una intención y cambio en el nivel estructural de la institución que permita la modificación y adecuación en el departamento de coordinación de comunicación.

Se va a considerar un tiempo entre 2 y hasta 5 años como un periodo de largo plazo para dar solución a problemas que requieren de una modificación profunda que afecta a toda la institución.

Como ya se ha indicado, la justificación de los problemas y su jerarquización se basan en la experiencia laboral en la institución y en particular en la coordinación de comunicación.

Debido a la relación existente con el P. Rector, se ha podido también considerar la jerarquización de los problemas a nivel estructural de la institución.

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los cuestionarios, confirman en algunos casos, el funcionamiento (que necesita cierto ajuste) de los materiales de comunicación que tradicionalmente se usan, tal es el caso de los cursos de catecismo, o para las jóvenes trabajadoras domésticas. En otros casos, no podemos afirmar que pueda darse un cambio de métodos en la enseñanza-aprendizaje de cursos, como el de Biblia para señoras y en el de interpretación del Nuevo Catecismo. Dependen de un análisis y reflexión mucho más escrupuloso.

Sin embargo, los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las personas encargadas de los diferentes cursos de formación religiosa, y a los alumnos que asisten a las pláticas pre-matrimoniales, revelan la necesidad de cambiar/ajustar los productos y sus características, también revelan la atención que requieren los actuales materiales de comunicación, estrechar las relaciones y experiencias entre todas las personas que de alguna manera intervienen en los cursos y también, con otras instituciones; los resultados apuntan a la revisión, indispensable, de los métodos y contenidos de las clases y los productos respectivos, con la finalidad de adecuarlos lo más posible con los problemas que enfrentan las personas en la vida cotidiana.

A nivel institucional, la justificación se basa en la experiencia y el trato laboral entre la coordinación de comunicación y el P. Rector de la Iglesia.

Esta relación permite realizar una serie de recomendaciones y sugerencias fáciles de ejecutar (en el corto plazo) y otras propuestas en las que, (hay que señalarlo) es difícil lograr un cambio a nivel estructural, por cuestiones que se han indicado al inicio de este punto: la conformación e historia de la Institución sigue normas e ideologías que tuvieron su génesis y prácticamente no han variado en esencia en los últimos 2 mil años, aunque sus formas se adecúen a las características y exigencias de cada época.

**PROPUESTAS**

**SUGERENCIAS**

**RECOMENDACIONES**

*para la  
práctica profesional*



PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No hay variedad de productos comunicativos para los diversos cursos de formación religiosa</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>Ofrecer a los encargados de cursos y a los alumnos una variedad de productos comunicativos que les ayuden a ampliar y/o mejorar el contenido e información que se da en las diversos clases de formación religiosa en la Institución</p>	<p>Ofrecer una variedad de productos comunicativos que utilicen profesores y alumnos de los cursos</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p>				
<p>Proponer alternativas de productos comunicativos a los que tradicionalmente se usa                      Complementar la información que se da en clase                      Auxiliar a profesores y alumnos en la consulta de diversas fuentes o medios para complementar su enseñanza</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Entre dos semanas y un mes, dependiendo si la elaboración se realiza en la coordinación de comunicación o se hace una investigación de los lugares en donde se puede conseguir el material</p>	<p>Al inicio de los cursos o cuando el encargado lo considere apropiado y cuando los alumnos lo consideren prudente para complementar la información que se da en su curso o tengan interés en profundizar en ciertos temas</p>	<p>Colaboración de dos o tres personas con la coordinación de comunicación si el material se realiza en la institución así como papel, pintura, colores, etcétera.            Recursos económicos para investigar y adquirir en su caso, material de comunicación que ofrezcan librerías, colegios e instituciones.            Acudir a la Red informática del Arzobispado para conocer las alternativas y lugares para conseguir información y productos.            TV, videocaseteras, pantalla, proyectores, todo en buen estado.</p>	<p>Aplicación de cuestionarios.            Aplicación de evaluaciones orales individuales a los alumnos para conocer/comprobar el dominio de los temas de las clases.            Intercambio de puntos de vista y resultados, a más tardar cada dos meses entre los encargados de curso con el P. Rector o algún P. Vicario que se designe.            Plática directa del P. Rector o algún P. Vicario con los alumnos de los diferentes cursos de formación religiosa, con dinámicas de pregunta/respuesta.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>Los materiales de comunicación que se utilizan en los cursos, no son los adecuados y/o pertinentes</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Evaluar metódicamente el material de comunicación que hay en la Institución y su contenido para conocer aquéllos que funcionan o no en los cursos de formación religiosa y sugerir alternativas</p>	<p>Adecuar los materiales de comunicación y sus contenidos a los tiempos y problemas que actualmente se presentan en la sociedad y, particularmente hacia las personas que los utilizan</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Ofrecer una mayor variedad de productos comunicativos  Fomentar el interés de las personas por el material  Facilitar en las personas la comprensión de temas diversos que se exponen en los cursos</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
Entre dos semanas y un mes si el material se realiza en la coordinación de comunicación	Al inicio de los cursos o Cuando el encargado lo considere oportuno Cuando el profesor encargue alguna tarea especial a los alumnos	Reunión del P. Rector, los P. Vicarios, los encargados de los cursos y la coordinación de comunicación para evaluar, investigar y proponer el material de comunicación adecuado para los cursos de formación religiosa de la Institución. Recursos económicos para la compra de videos, revistas, libros, etcétera de diversas instituciones. Consulta a la Red informática del Arzobispado para conocer las propuestas que ofrecen en este campo.	Pláticas entre los profesores de los cursos y sus alumnos Evaluaciones individuales a los alumnos para conocer el grado de aprovechamiento en clase. Elaborando resúmenes donde los alumnos deben consultar diferentes materiales de comunicación. Plática directa entre el P. Rector o algún P. Vicario con los alumnos. Aplicación de dinámicas de pregunta/respuesta.

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No hay interés de las personas que asisten a los cursos por el material de comunicación que utilizan</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>Se debe fomentar el interés en las personas hacia los productos de comunicación de los diferentes cursos, ya sea por su utilidad o por la variedad que exista. El material se puede elaborar en la Institución o consultar y conseguir en otras similares o empresas que se dedican a producir estos materiales</p>	<p>Fomentar el interés, mediante los productos comunicativos, de las personas en aprender y profundizar en los diversos temas que se exponen en las clases</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Ofrecer una mayor y más atractiva variedad de productos comunicativos</p> <p>Ayudar a los encargados de los cursos a contar con herramientas para exponer/explicar diferentes temas en clase</p> <p>Ofrecer opciones de consulta bibliográfica</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Entre dos semanas y un mes si el material se elabora en la coordinación de comunicación.</p> <p>Entre uno y dos meses si el material se consigue/adquiere en otras instituciones o empresas.</p>	<p>A criterio de los encargados de cada curso</p>	<p>Colaboración de dos o tres personas en la coordinación de comunicación si el material se realiza en la Institución.</p> <p>Papel, pintura, cartulinas, etcétera.</p> <p>Recursos económicos si se investiga y consiguen libros, cassettes, videos, y otros materiales.</p> <p>Estrecha colaboración de los encargados de los cursos y la coordinación de comunicación, aplicando estrategias motivacionales para que los alumnos se interesen por los productos que utilizan.</p>	<p>Aplicando cuestionarios para conocer si la variedad de material ayuda al desarrollo e interés de los alumnos por los temas de las clases.</p> <p>Aplicando evaluaciones orales individuales.</p> <p>Realizando sesiones con pregunta/respuesta colectivas.</p> <p>Platicando directamente el P. Rector o algún P. Vicario con los alumnos de los distintos cursos.</p> <p>Intercambiando opiniones y resultados entre los encargados de los cursos y el P. Rector.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No hay un intercambio de experiencias con los las coordinaciones de comunicación de otras Instituciones como la Iglesia de San Ignacio</p>	SUGERENCIA	MEDIANO	<p>Se intenta fomentar y destacar la importancia de conocer otras experiencias de trabajo en Iglesias, casas de oración, y otras instituciones que imparten formación religiosa, para conocer con qué recursos disponen, objetivos, métodos, contenidos y sus logros obtenidos</p>	<p>Conocer e intercambiar experiencias e información que ayuden a los profesores de los cursos y a la coordinación de comunicación de la Institución para mejorar la enseñanza y los productos comunicativos que se utilizan para ello</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b>  Conocer y comprender las condiciones en que se aplica la formación religiosa en otras instituciones  Conocer el perfil de los profesores y alumnos en otras instituciones que imparten formación religiosa  Saber los recursos económicos y técnicos que se destinan para elaborar productos comunicativos</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Se puede hacer un informe dependiendo del número de instituciones que se visiten o de un intercambio de experiencias en un plazo no mayor a un mes</p>	<p>Las experiencias e información obtenidos se pueden aplicar con base en el criterio de los encargados de los cursos, previa consulta con el P. Rector</p>	<p>Económicos para visitar instituciones y recopilar la información. Papel, pluma, computadora, equipo fotográfico, grabadora, cassettes. Colaboración entre los encargados de los diferentes cursos y la coordinación de comunicación de la Iglesia de San Ignacio</p>	<p>Elaborando un informe que resalte los puntos que pueden aplicarse en la Institución, señale aquellos que falta y, por supuesto destaque aquellos puntos en los que se esta trabajando eficientemente. Por medio de una reunión y discusión entre el P. Rector, P. Vicarios, encargados de los cursos y la coordinación de comunicación. Se pueden invitar a todas las personas que aporten experiencias y recomendaciones.</p>



PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No se explota adecuadamente el material de comunicación que hay en los diferentes cursos de formación religiosa</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>Revisar y evaluar los materiales de comunicación que actualmente hay en la Institución y procurar utilizarlos de la forma más eficiente</p>	<p>Eficientar el uso del material de comunicación que existe en la Iglesia de San Ignacio</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Fomentar el interés y el uso adecuado de los productos comunicativos en los alumnos de los cursos</p> <p>Comentar la importancia del material a los alumnos como una herramienta en el desarrollo de sus conocimientos</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
	<p>De forma inmediata a criterio de los encargados de los cursos</p>	<p>Realizando reuniones formales entre la coordinación de comunicación y los profesores de los cursos de formación religiosa.</p> <p>El P. Rector o algún P. Vicario, expondrá la importancia del material de comunicación que se usa, destacando las virtudes y también señalando limitaciones que se deben tomar en consideración para compensarlas de otra manera.</p> <p>Aplicación de dinámicas motivacionales en los alumnos.</p>	<p>Por medio de reuniones, evaluando las acciones tomadas para cumplir con los objetivos.</p> <p>Intercambiando puntos de vista entre profesores y alumnos de los cursos acerca del material que utilizan en clase.</p> <p>Aplicando análisis de cómo se usan los productos comunicativos. Con registro, encuestas y graficación de resultados.</p>

<b>PROBLEMA</b>	<b>NIVEL DE INCIDENCIA</b>	<b>PLAZO DE SOLUCIÓN</b>	<b>ASPECTOS GENERALES</b>	<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>
<p>El equipo de comunicación que hay en la Institución no es muy diverso y con las características necesarias para la producción de diversos materiales de comunicación</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Es necesario aplicar los recursos de comunicación (carteles, libros, revistas, diapositivas, videos, mapas, etcétera) de la Institución con el fin de ampliar la variedad de productos que pueden ser utilizados en las diferentes clases</p>	<p>Diversificar los productos de comunicación en la Iglesia de San Ignacio</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Fomentar el interés en los alumnos para utilizar distintos productos de comunicación.  Incentivar el uso de nuevos materiales en los profesores de los cursos  Reconocer la importancia de trabajar con materiales alternativos de comunicación que pueden enriquecer el desarrollo de los cursos</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Entre 6 y 18 meses, considerando el tipo de productos con los que se quiera trabajar.</p> <p>Tener en cuenta que si son adquiridos, el tiempo para aprovechar mejor sus características.</p>	<p>A lo largo de los diferentes cursos de formación religiosa, según el criterio de los encargados.</p>	<p>Económicos para producir/conseguir fotografías, mapas, libros, diapositivas, etcétera.</p> <p>Recursos económicos y apoyo técnico para la adquisición y manejo de equipo de cómputo.</p> <p>Apoyo de tres a cuatro personas en la coordinación de comunicación si se requiere producir diversos materiales.</p> <p>Uso de un espacio propio para la coordinación de comunicación.</p> <p>Apoyo de estudiantes de comunicación interesados en participar del proyecto.</p>	<p>Por medio de cuestionarios, aplicados a alumnos en donde se les pida que expresen sus comentarios y sugerencias.</p> <p>Intercambiando opiniones entre encargados y alumnos de los diferentes cursos.</p> <p>Aplicando evaluaciones en dos niveles: 1) alumnos que trabajan los temas con los materiales "tradicionales" y 2) alumnos que desarrollan temas con materiales diversos y "nuevos".</p>

<b>PROBLEMA</b>	<b>NIVEL DE INCIDENCIA</b>	<b>PLAZO DE SOLUCIÓN</b>	<b>ASPECTOS GENERALES</b>	<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>
<p>No se han incorporado adecuadamente la computación y el video en la realización de productos comunicativos, y falta una revisión bibliográfica y de contenidos en libros con los que se trabaja en los diferentes cursos de formación religiosa</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Se debe considerar la impostergable tarea de utilizar la computación y el video en el desarrollo de la formación religiosa y, revisar/adecuar en su caso, títulos y contenidos en la bibliografía que ya se trabaja</p>	<p>Familiarizarse con el uso de nuevas tecnologías como valiosas herramientas en la formación religiosa de las personas, e incorporar nueva bibliografía y contenidos a los textos que ya se utilizan</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Fomentar el interés en los profesores y alumnos en el uso de otros medios audiovisuales</p> <p>Procurar que los alumnos se interesen por autores, textos y contenido con los que no trabajan de forma habitual en sus clases</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Seis meses para hacer la revisión bibliográfica y 18 meses como mínimo para la investigación y producción de material de comunicación audiovisual con diversos contenidos a estudiar.</p>	<p>Preferentemente como refuerzo a las exposiciones orales en clase si se trata de material audiovisual.</p> <p>En caso de material escrito, aplicarse a criterio de los profesores de los cursos, a lo largo de su desarrollo.</p>	<p>Realizar el presupuesto para la producción o adquisición de material de cómputo y audiovisual.</p> <p>Apoyo técnico para el manejo/producción del material.</p> <p>Colaboración de tres a cinco personas con la coordinación de comunicación para la elaboración del material.</p> <p>Análisis de contenido para textos y material escrito.</p> <p>Investigar en instituciones que cuentan con diversos productos comunicativos (audiovisuales preferentemente)</p> <p>Revisión bibliográfica de escuelas y otras instituciones que imparten cursos de formación religiosa.</p>	<p>Evalando individualmente a los alumnos.</p> <p>Elaborando resúmenes por parte de los alumnos acerca de los temas expuestos en clase.</p> <p>Fomentando trabajos que requieran la investigación y/o profundización de temas.</p> <p>Intercambiando opiniones entre El P. Rector, Vicarios, encargados de curso y la coordinación de comunicación.</p> <p>Fomentando la iniciativa en los alumnos para que ellos propongan temas que les interesen en los diferentes cursos de formación religiosa.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No existe una estrecha colaboración entre la coordinación de comunicación y los encargados de los cursos de formación religiosa</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>Se requieren reuniones periódicas, evaluaciones sistemáticas cursos de inducción y dinámicas motivacionales entre la coordinación de comunicación y los profesores de los cursos</p>	<p>Estrechar la colaboración y el intercambio de información y propuestas entre la coordinación de comunicación y los encargados de curso en la Iglesia de San Ignacio</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p>				
<p>Integrar a los departamentos con los objetivos comunes de la Institución  Motivar la ayuda en los departamentos cuando se requiera  Motivar la competencia por alcanzar de forma eficiente los objetivos en cada curso</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
	<p>Al inicio de cada curso y en su finalización.</p> <p>Reunión por lo menos una vez al mes, durante la duración del curso.</p>	<p>Contar con un lugar propicio para la reunión de la coordinación de comunicación y los encargados de los cursos con el propósito de lograr un agradable ambiente de trabajo.</p>	<p>Entregando un reporte al P. Rector de los avances/dificultades que hay en cada departamento y clase.</p> <p>Asistencia y comentarios del P. Rector a las reuniones que se tengan entre los departamentos de la Iglesia.</p>



PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>Los productos de comunicación no consideran a los elementos fotográficos y cromáticos para lograr un mayor impacto y efecto entre los alumnos</p>	SUGERENCIA	MEDIANO	<p>Tomar en cuenta para elaborar productos comunicativos a los elementos fotográficos (pianos donde se encuentra el objeto) y cromáticos (colores empleados) y que pueden servir para lograr un mayor impacto y, así resulten más atractivos o logren causar un mejor efecto en las personas de los cursos de formación religiosa</p>	<p>Lograr que los productos de comunicación tengan una mayor aceptación en los alumnos de las diferentes clases que se imparten en la Iglesia de San Ignacio</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Facilitar la exposición de temas en las clases de formación religiosa            Despertar mayor interés por los temas que se desarrollan en clase</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Entre seis y doce meses dependiendo del apoyo y número de personas que colaboren en la coordinación de comunicación</p>	<p>Al inicio de alguna clase. Como información de inicio de curso en la Institución. Para reforzar la explicación oral en los cursos. En la exposición de conceptos más relevantes de cada clase.</p>	<p>Colaboración entre tres y cinco personas con la coordinación de comunicación para el diseño y producción del material. Apoyo económico para adquirir papel especial, pinturas, equipo de producción: fotocopiadoras, fax, offset, etcétera. Uso de un espacio propio en la Institución para la coordinación de comunicación. Aplicación de estrategias motivacionales cuando se presenten los nuevos materiales de comunicación a los alumnos, destacando sus ventajas.</p>	<p>Aplicando evaluaciones en dos niveles: 1) Alumnos que trabajen con el material considerado como "tradicional" y, 2) alumnos que desarrollen sus temas con productos diseñados especialmente para ciertos temas. Evaluando individualmente a los alumnos (de forma oral y escrita). Sugerencias que realicen los profesores de los cursos a la coordinación de comunicación de la Iglesia. Invitando a colaborar a profesionistas como diseñadores gráficos, sociólogos y comunicadores entre otros, para evaluar y opinen acerca de los materiales que se hacen y con los que se trabaja.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No se trabaja con dinámicas de grupo como una valiosa opción de integración/aprendizaje/intercambio de ideas, información, etcétera en los diversos cursos de formación religiosa</p>	<p>RECOMENDACION</p>	<p>LARGO</p>	<p>Tomar en cuenta las dinámicas de grupo como una alternativa viable y eficaz en la enseñanza/aprendizaje de la formación religiosa</p>	<p>Motivar el dinamismo y la integración en los grupos de alumnos y profesores de los cursos que hay en la Institución</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Fomentar la amistad y el grado de confianza entre alumnos y profesores de los cursos</p> <p>Evitar clases largas y tediosas</p> <p>Motivar la espontaneidad y creatividad de los elementos participantes en las dinámicas</p> <p>Aprender conceptos de forma agradable, novedosa y, a la vez sencilla</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
Entre uno y dos años dependiendo de la clase el tema a tratar y los objetivos que se quiera alcanzar	Una vez al mes o para iniciar/terminar el curso. Dependiendo del calendario religioso, con las fechas más importantes: Navidad Cuaresma Pascua Adviento, etcétera.	Reunión de el P. Rector, los P. Vicarios, los encargados de los cursos y la coordinación de comunicación para planear temas y contenidos a desarrollar. Colaboración en la coordinación de comunicación de tres y cinco personas que ayuden a preparar y guiar dinámicas motivacionales. Recursos económicos para su preparación. Contar con un sitio adecuado para el ensayo y aplicación de dinámicas. Diseño y aplicación de estrategias motivacionales antes, durante y después de cada dinámica.	Comentarios entre los alumnos y sus profesores y también, con los colaboradores en el desarrollo de las dinámicas. Elaborando resúmenes por parte de los alumnos con sus conclusiones de los temas desarrollados en las dinámicas. Asistencia y comentarios del P. Rector o P. Vicarios a las dinámicas. Entrega de un informe al P. Rector elaborado por los profesores de los cursos de sus comentarios y opiniones acerca de las dinámicas.

<b>PROBLEMA</b>	<b>NIVEL DE INCIDENCIA</b>	<b>PLAZO DE SOLUCIÓN</b>	<b>ASPECTOS GENERALES</b>	<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>
<p>No existe una valoración de la utilidad y actualidad de los diversos materiales de comunicación que se usan en los diferentes cursos de formación religiosa en la Institución</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Revisar y analizar la utilidad y la actualidad de los materiales de comunicación que tienen varios años de ayudar al desarrollo de las clases de formación religiosa. Se requieren evaluaciones sistemáticas de la efectividad de los productos.</p>	<p>Mejorar la presentación y el uso de los productos comunicativos con los que se trabaja habitualmente en la Iglesia de San Ignacio</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Hacer más atractivo y eficiente entre los alumnos los materiales de comunicación con los que vienen trabajando</p> <p>Motivar a los profesores a promover y revalorar los productos que comúnmente usan para exponer/desarrollar clases en la Institución</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Elaboración de un reporte que analice los materiales que se usan en los diferentes cursos a lo largo de su duración</p>	<p>Al inicio y en el término de cada curso</p>	<p>Colaboración entre los profesores de los cursos y la coordinación de comunicación, para el análisis y actualización de los diversos materiales que se usan.</p>	<p>Aplicando evaluaciones orales y escritos entre los alumnos para conocer el dominio del tema explicado con la ayuda de distintos materiales.</p> <p>Elaborando los profesores reportes dirigidos al P. Rector, con el fin de que ellos mismo verifiquen la pertinencia o no del material de comunicación que utilicen.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>La ideología de la Institución determina los contenidos de los productos comunicativos que se realizan/consiguen/usan los encargados de los cursos de formación religiosa</p>	<p>RECOMENDACION</p>	<p>LARGO</p>	<p>Hay que acercarse a los problemas más comunes y difíciles que tienen las personas que toman algún curso de formación religiosa y hacerles sentir que la ideología de la Institución es una ayuda y no un impedimento para la solución de sus conflictos</p>	<p>Fomentar la confianza de las personas y de la comunidad de la Iglesia de San Ignacio en la ideología de la Institución como una forma de aliviar sus problemas</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Evitar que se considere a la Iglesia como una institución llena de trámites burocráticos</p> <p>Procurar en la comunidad un acercamiento a la Institución, no como obligación, sino por convicción</p> <p>Promover que la ideología de la institución inspire a las personas a mejorar en su vida personal y en sociedad</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Entre tres y cinco años dependiendo del nivel de análisis, y lo que se pretenda revalorar, investigar, desarrollar y resolver</p>	<p>En cualquier momento en la vida religiosa de las personas, ya sea en clases de formación religiosa o en la predicación tradicional o en nuevas formas que proponga la Institución</p>	<p>Reunión del P. Superior, con todos los P. Vicarios, sacerdotes, y en general con todas las personas comprometidas a discutir de forma analítica y metódica, formas y medios que se acerquen a los modos de ser y desarrollarse del hombre finisecular y del nuevo milenio, ante los enormes retos que la sociedad representa.</p>	<p>A nivel de cursos de formación religiosa, por medio de reuniones, convivencia y redacción de informes entre el P. Rector y los P. Vicarios con los titulares de las diferentes clases.</p> <p>En un contexto más amplio, con la transformación del ser, pensar y actuar de mujeres y hombres de la comunidad de la Iglesia y de toda la sociedad en general.</p>



PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>En la Institución se carece de una definición institucional y una oficina propia para la coordinación de comunicación</p>	SUGERENCIA	MEDIANO	<p>Realizar una definición a la actividad propia de una coordinación de comunicación y proporcionar un espacio exclusivo para el desarrollo de sus tareas específicas</p>	<p>Reconocer el trabajo de una coordinación de comunicación y eficientar las labores que se le encomiendan</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Ordenar, clasificar y conservar los productos que se realizan en la coordinación de comunicación</p> <p>Evitar molestias en los otros departamentos de la Institución por alguna tarea que tenga que hacer la coordinación</p> <p>Mejorar el nivel de trabajo en toda la Institución</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
Entre 12 y 18 meses	Cuando se incorpore	<p>Disposición y organización del P. Rector para ofrecer un espacio en las instalaciones de la Iglesia para el trabajo de la coordinación de comunicación.</p> <p>Destinar recursos económicos para dotar de los elementos necesarios para las funciones de la coordinación.</p>	Los comentarios y sugerencias del P. Rector y de los encargados de los departamentos de la Institución

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No hay un intercambio de opiniones y criterios en la coordinación de comunicación que ayude a mejorar la producción de material de comunicación para la Institución</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>Consultar y analizar políticas comunicativas, así como reflexiones y opiniones de las labores hechas por la coordinación en la Institución</p>	<p>Eficientar las tareas de la coordinación de comunicación</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Valorar experiencias en departamentos de comunicación de otras instituciones</p> <p>Revalorar la importancia que tiene la comunicación en una Institución como la Iglesia de San Ignacio</p> <p>Fomentar la relación de trabajo y amistad con todos los trabajadores de los diferentes departamentos de la Institución</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Realizar un resumen de los trabajos que se hacen en la coordinación de comunicación, señalando aquellos que funcionan bien y procurando superar aquellos que, por diversos motivos (señalarlos) no se hacen como se requiere. Un mes para el trabajo.</p>		<p>Consulta con todos los elementos de los diferentes departamentos en la Institución</p> <p>Investigar la tarea de una coordinación de comunicación (o similar) en Instituciones similares como en la que se labora</p> <p>Colaboración de una o dos personas en la realización de las tareas encomendadas</p>	<p>Por medio de los productos que la coordinación de comunicación realice.</p> <p>Consultando con todos los elementos de los diferentes departamentos de la Institución.</p> <p>Comparando los productos con otros que se hacen/adquieren en otras instituciones que se dedican a la instrucción religiosa.</p>

**PROPUESTAS**

**SUGERENCIAS**

**RECOMENDACIONES**

*a nivel estructural  
(institucional)*

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Motivar el interés en profesores y alumnos por contenidos alternativos en los productos comunicativos.</p> <p>Acercar a las personas a la Institución, tratando sus problemas más cotidianos y específicos.</p> <p>Agilizar la variedad de temas/soluciones que la Institución pueda ofrecer a los feligreses.</p>	SUGERENCIA	MEDIANO	Es conveniente realizar análisis de contenido en los productos comunicativos para conocer en qué medida responden a las necesidades reales y concretas de las personas que asisten a los cursos	Realizar productos comunicativos cuya variedad en contenidos proporcione elementos valorativos y de juicio que ayuden a las personas a solucionar dificultades en su vida personal y social
No hay alternativas en el contenido de los productos comunicativos en los cursos de formación religiosa				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Redacción de un informe entre seis y nueve meses</p>	<p>Al presentar algún curso de formación religiosa.</p> <p>En el desarrollo de los cursos, a criterio del profesor.</p>	<p>Colaboración de una o dos personas con la coordinación de comunicación en la investigación/redacción de un informe.</p> <p>Reunión del P. Rector con los P. Vicarios de la Institución, los encargados de los cursos y la coordinación de comunicación.</p> <p>Acercamiento con otras instituciones en la experiencia de trabajos con productos y contenidos diferentes con los que se labora en la Iglesia de San Ignacio.</p>	<p>Aplicando cuestionarios a los alumnos.</p> <p>Evaluando de forma oral e individual a los alumnos.</p> <p>Con la asistencia y comentarios del P. Rector y los P. Vicarios con alumnos de los diferentes cursos.</p> <p>Encargando pequeños trabajos de investigación donde las personas interesadas en colaborar con sus propuestas e ideas, aporten elementos para el desarrollo de los diversos temas que se exponen.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No se ha considerado la modificación en contenidos y formas de comunicación para abordar los temas en los diferentes cursos de formación religiosa</p>	<p>RECOMENDACION</p>	<p>LARGO</p>	<p>De la tradicional forma de enseñanza oral de la Iglesia, hay que considerar alternativas como la explicación personalizada o que se desarrolle en los hogares de profesores y/o alumnos. Por otra parte, los contenidos tienen que acercarse al tratamiento de temas actuales que impican a la sociedad en su conjunto y afectan en particular a cada persona</p>	<p>Lograr un mayor acercamiento y comunicación entre la Institución/profesores con los feligreses/alumnos y ayudarlos en la comprensión/solución de problemas concretos</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Dotar a la Institución de nuevas formas de relación con su comunidad.</p> <p>Procurar que las personas encuentren apoyo de la Iglesia y no sólo normas que seguir/cumplir.</p> <p>Sensibilizar a la Institución y a los feligreses de la importancia que es cada uno para el otro y cuánto se puede aprender de él.</p>				



TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Presentación de un informe. De dos a tres años conforme se dieran las reuniones, planeación y estrategias a seguir, y los resultados obtenidos.</p>	<p>A criterio del P. Rector y los P. Vicarios de la Institución</p>	<p>Planificación de reuniones periódicas.  Presentación de estrategias y sugerencias entre el P. Rector, los P. Vicarios, los profesores de los distintos cursos y la coordinación de comunicación.  Trabajo de investigación de la coordinación con la comunidad de la Iglesia de San Ignacio para recabar la información acerca de la inquietudes e ideas propositivas.  Consulta con el P. Superior de la Compañía; discusión de propuestas.  Diseño de estrategias motivacionales para cada etapa del trabajo.  Aplicación de productos piloto en cada curso.</p>	<p>Comentando y elaborando un informe breve por parte de los alumnos.  Comentarios individuales entre los titulares de los cursos con sus alumnos.  Redacción de informes con las conclusiones de los encargados de los cursos.  Asistencia de los P. Vicarios a alguna de las clases de los distintos cursos.  Reunión y comentarios generales del P. Rector, los P. Vicarios, los profesores de los cursos y la coordinación de comunicación.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>Falta de actividades participativas y atractivas para los alumnos de los diferentes cursos de formación religiosa</p>	<p>RECOMENDACION</p>	<p>LARGO</p>	<p>Para reforzar la enseñanza oral de las clases y el uso de ciertos materiales como mapas, láminas, cassettes, entre otros, hay que considerar actividades como el teatro o las dinámicas de grupo para lograr una mayor comunicación entre profesores/alumnos y en la enseñanza misma de los temas de las distintas clases</p>	<p>Realizar de cada clase de formación religiosa una oportunidad de comunicación y participación entre profesores y alumnos para mejorar el desarrollo y comprensión de los diferentes temas</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Lograr que las clases sean más creativas y participativas. Evitar clases aburridas o que no generen interés. Fomentar la participación de todos los alumnos en los temas que se desarrollan en clase. Que los alumnos mismos investiguen y expongan sus conclusiones en clase.</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Dependiendo de los objetivos y temas que se quieran exponer y, el número de dinámicas que se requieran hacer.</p> <p>De dos a tres años.</p>	<p>Una dinámica por mes.</p> <p>Una representación teatral al finalizar el curso.</p>	<p>Colaboración de tres a cinco personas con la coordinación de comunicación para diseñar las dinámicas.</p> <p>Recursos económicos para conseguir elementos necesarios.</p> <p>Contar con un espacio con el fin de preparar/aplicar las dinámicas.</p> <p>Recursos para preparar material que se utilizará en las dinámicas.</p> <p>Considerar el tiempo de ensayos y los insumos básicos para levantar una obra de teatro.</p>	<p>Por medio de comentarios y opiniones de los participantes de las dinámicas.</p> <p>Asistencia/comentarios del P. Rector o algún P. Vicario de las dinámicas que se desarrollen.</p> <p>Redactando comentarios, críticas y sugerencias de los encargados de los cursos.</p> <p>Invitando a la comunidad que se interesa por participar en este tipo de dinámicas y que haga sus comentarios.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>No hay una adecuada comunicación entre los Padres Vicarios y los encargados de los cursos de formación religiosa</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>A través de reuniones periódicas formales e informales, propiciar el acercamiento entre los P. Vicarios de la Iglesia con los profesores de los cursos y apoyar un intercambio de experiencias, opiniones y críticas en beneficio de la formación religiosa que se da en la Institución</p>	<p>Motivar el interés entre los P. Vicarios por la tarea que realizan los profesores de los cursos, en beneficio de la comunidad</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Evitar que el Padre Rector supervise todos los cursos de formación religiosa.            Enriquecer el contenido de las clases con las sugerencias de los P. Vicarios            Propiciar que alguna clase sea impartida por un P. Vicario.</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
	<p>Recomendable en los tiempos litúrgicos más importantes de la Iglesia:            Navidad            Cuaresma            Pascua            Adviento, etcétera.</p>	<p>Se necesitan reuniones periódicas entre los P. Vicarios y los encargados de los cursos de formación religiosa de la Institución.</p>	<p>Redacción de informes de los profesores de los cursos, e intercambio de apreciaciones con los P. Vicarios.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCION	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PARTICULAR
<p>Carencia de propuestas e intercambio de sugerencias entre el P. Rector y los P. Vicarios sobre los contenidos y temas que se exponen en los diferentes cursos</p>	<p>PROPUESTA</p>	<p>CORTO</p>	<p>Se necesita de la colaboración e intercambio de experiencias entre todos los Padres de la Institución para enriquecer el debate la información, y por tanto el contenido de los diferentes cursos que imparte la Iglesia</p>	<p>Involucrar más directamente a los P. Vicarios en el trabajo del P. Rector de supervisar y recomendar acciones para los cursos de formación religiosa</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p>				
<p>Acercar a los P. Vicarios al desarrollo de los cursos de formación religiosa y, por tanto, a las personas que asisten a ellos. Evitar que el P. Rector supervise todos los cursos. Fomentar la comunicación entre los P. Vicarios con los profesores/alumnos.</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
	<p>En cualquier etapa o clase de los cursos, cuando los profesores y los P. Vicarios lo consideren adecuado</p>	<p>Se necesita reuniones periódicas entre los P. Vicarios, el P. Rector y los encargados de los cursos.</p> <p>Intercambio de experiencias con sacerdotes, Vicarios y en general personas involucradas con la formación religiosa de las personas en otras instituciones.</p> <p>Aplicar estrategias motivacionales entre/para todos los Vicarios y profesores de la Institución.</p> <p>Invitación a personas de la comunidad para que aporten ideas y críticas que favorezcan y enriquezcan contenidos y temas en los cursos.</p>	<p>Elaborando informes de los profesores de los cursos y comentarios con los P. Vicarios.</p> <p>Intercambiando opiniones y sugerencias entre los P. Vicarios y el P. Rector.</p> <p>Redactando propuestas y sugerencias de los P. Vicarios.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
La jerarquía de la Institución es piramidal	RECOMENDACION	LARGO	Sería recomendable analizar y reflexionar si la manera en que se toman las decisiones en una institución como la Iglesia es la más adecuada o, si pudiera beneficiar un tipo de conducción más democrático y participativo de todos los miembros	Considerar un mejor desempeño y desarrollo de la Institución con base en la toma de decisiones de una manera más democrática
<b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b> Evitar que el P. Rector asuma todo el trabajo de análisis y toma de decisiones en la Institución. Beneficiar al P. Rector al impedir saturarlo de trabajo administrativo. Involucrar a los P. Vicarios en las decisiones/desarrollo de la Institución				



TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
	<p>Al momento en que se considere oportuno, o de mejor provecho para la Institución.</p>	<p>Reunión entre el P. Rector, los P. Vicarios con el P. Superior de la Compañía.</p> <p>Intercambio de puntos de vista, apreciaciones, proyecciones.</p>	<p>Redactando las opiniones y conclusiones de los P. Vicarios con el P. Rector de la Institución y el P. Superior de la Compañía.</p> <p>Con reuniones y redactando informes de los objetivos/logros encontrados.</p> <p>Presentando un informe general al P. Superior de la Compañía.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>Concentración de decisiones en la Institución en el P. Rector</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Es benéfico para toda la Institución, considerar la descentralización de decisiones por parte de una sola persona, aunque si bien es cierto que esa es su tarea, si otra o varias personas le ayudan o cooperan con su visión y opiniones, sería muy bueno para el tratamiento y solución de problemas</p>	<p>Disminuir la carga de trabajo del P. Rector para evitar que la administración de asuntos en la Institución lo alejen de su tarea principal de proporcionar diferentes servicios religiosos</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Lograr que los problemas de la Institución se evalúen y consideren por todos los departamentos.</p> <p>Involucrar a los P. Vicarios en las decisiones y el desarrollo de la Institución.</p> <p>Permitir al P. Rector atender de forma personalizada a un mayor número de feligreses que requieran de un servicio religioso.</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Cuando se disponga de información propositiva para impulsar la sugerencia</p>	<p>En el momento que se considere oportuno para el mejor provecho en la Institución</p>	<p>Reunión entre el P. Rector, los P. Vicarios con el P. Superior de la Compañía.</p> <p>Intercambio constante de experiencias, y expectativas de todas las personas involucradas e interesadas en mejorar la sugerencia al problema.</p>	<p>Comentarios del P. Rector con sus P. Vicarios. Redacción de conclusiones.</p> <p>Redactando y comentando la información del P. Rector de la Institución con el P. Superior de la Compañía.</p>

<b>PROBLEMA</b>	<b>NIVEL DE INCIDENCIA</b>	<b>PLAZO DE SOLUCIÓN</b>	<b>ASPECTOS GENERALES</b>	<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>
<p>No hay una real preocupación de los P. Vicarios para ayudar al P. Rector en la distribución y compromiso en las tareas de la Institución</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Falta especificar y reconocer de forma institucional la colaboración (depende de la tarea y/o dificultad para realizarla) de los P. Vicarios y la manifestación de su deseo de colaborar con el P. Rector. Se pueden efectuar juntas periódicas formales e informales para tratar los compromisos y la capacidad de ayuda que se puede dar en algún determinado momento</p>	<p>Evitar que el P. Rector asuma varias tareas al mismo tiempo en la Institución</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Fomentar más el interés de los P. Vicarios por las múltiples actividades de la Iglesia. Permitir un acercamiento entre los P. Vicarios y la comunidad. Aplicar la experiencia y modos de trabajo de los P. Vicarios en los menesteres cotidianos de la Institución.</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
	<p>En el momento que se considere oportuno para aplicarlo en la Institución</p>	<p>Reunión del P. Rector con los P. Vicarios.</p> <p>Reunión de los P. Vicarios con personas de la comunidad, cercanas a la Institución, con el propósito de intercambiar ideas, propuestas, críticas, etcétera.</p> <p>Reunión de los P. Vicarios con las personas que trabajan en los diferentes departamentos de la Institución.</p>	<p>Comentarios del P. Rector con los P. Vicarios.</p> <p>Comentarios entre el P. Rector, P. Vicarios con la comunidad de la Iglesia en general, y con las personas de los distintos departamentos de la Institución.</p> <p>Elaborando un reporte de las conclusiones obtenidas.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>Falta de recursos económicos para utilizar/conseguir material de comunicación que no hay en la Iglesia</p>	SUGERENCIA	MEDIANO	<p>Organizar a la Institución y a la comunidad en general para promover campañas con el fin de obtener recursos económicos y, entre otras cosas, contar con material de comunicación que sirva a la Iglesia en particular y para los mismos feligreses que lo soliciten</p>	<p>Fomentar la cooperación de la comunidad de la Iglesia de San Ignacio en conseguir medios que, precisamente le ayuden a cumplir mejor con su misión</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Motivar la cooperación entre la comunidad.</li> <li>Crear un registro de personas que regularmente podrían aportar su ayuda a la Iglesia.</li> <li>Conocer a qué personas de la comunidad es indispensable una ayuda económica, moral, etcétera.</li> <li>Saber cómo se organizan otras comunidades como ésta.</li> </ul>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO.	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD.
Entre seis y doce meses para planear estrategias, y crear registros de las personas que ayudan a la Institución en diversas formas	Cuando lo requiera la Institución, especialmente en las fechas importantes del calendario litúrgico: Navidad Cuaresma Pascua Adviento, etcétera	<p>Diseño de estrategias para la motivación de la comunidad.</p> <p>Entre cinco y diez personas que ayuden a realizar una campaña de información y de recolección de datos.</p> <p>Buscar apoyo de instituciones privadas interesadas en colaborar con los proyectos de la Institución.</p> <p>Buscar apoyo de personas para realizar rifas, sorteos y otros eventos con el propósito de recabar fondos que ayuden en el desarrollo de obras en la Iglesia de San Ignacio.</p>	<p>Informando cada semana, durante los servicios religiosos dominicales de los avances obtenidos y de las carencias.</p> <p>Realizando un informe detallado para el P. Rector, el P. Superior y a las personas que más colaboran en las diversas obras de la Institución.</p> <p>Por medio de carteles y folletos manteniendo informada a la comunidad de logros obtenidos.</p> <p>Procurando la relación directa y constante de los P. Vicarios y el P. Rector con los feligreses de la Iglesia.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>La Iglesia de San Ignacio no se ha incorporado a los servicios de la red de Internet que ofrece el Arzobispado de México</p>	SUGERENCIA	MEDIANO	<p>Es vital y oportuno incorporar en la Institución los servicios computacionales que ofrece el Arzobispado, ya que cuenta con bajos costos de operación y posibilita a la Iglesia a acceder a una gran cantidad de datos e información que sea útil</p>	<p>Incorporar a la Iglesia en la red de servicios más poderosa y viable para este tipo de instituciones y sus requerimientos: el Internet del Arzobispado</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Poder abatir costos en algunos servicios.</li> <li>Ahorrar tiempo y recursos.</li> <li>Acceder a información de varias instituciones.</li> <li>Ofrecer servicios e información particular a los feligreses que así lo soliciten.</li> <li>Ofrecer nuestros servicios a un número ilimitado de personas.</li> </ul>				



TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>Entre 12 y 18 meses para contar con el equipo necesario que permita incorporar a la Institución en el servicio que ofrece Internet</p>	<p>Al momento de incorporarse a la red</p>	<p>Económicos para la adquisición del equipo computacional requerido.</p> <p>Apoyo y asesoramiento técnico en el manejo del nuevo equipo.</p> <p>Asistencia técnica directa a la coordinación de comunicación que sería la encargada del manejo del equipo.</p> <p>Contar con un espacio adecuado en la Institución para instalar la computadora y los accesorios.</p> <p>(Esta necesidad está relacionada con la falta del espacio propio de la coordinación de comunicación).</p>	<p>Conforme se resuelvan los problemas y el equipo ayude al ahorro de tiempo y abatir costos.</p> <p>Al momento de que la información de la red, ayude a solucionar de manera específica las demandas de diversos servicios de las personas que se acercan a la Institución.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>La ideología de la Institución se basa exclusivamente en los valores de la Iglesia Católica en general y la Compañía de Jesús en particular</p>	<p>RECOMENDACION</p>	<p>LARGO</p>	<p>Es recomendable mesas de discusión, revisión de obras, materiales alternativos con ideas, conocimientos, análisis y reflexiones que enriquezcan a la Institución en particular y brindar un servicio más amplio, sensible, humano, a todas las personas que se acercan a ella</p>	<p>Mejorar el servicio que ofrece la Iglesia de San Ignacio a un mayor número de personas</p>
<p><b>OBJETIVOS PARTICULARES</b></p> <p>Propiciar un acercamiento con personas e instituciones que no compartan los mismos puntos de vista en la ayuda a las personas.</p> <p>Fomentar el crecimiento como seres humanos en la Institución para reflexionar que el trabajo que se hace debe ser desinteresado y que debemos ayudar a todas las personas aunque no compartan nuestra visión de la vida.</p>				

<b>TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>TIEMPO DE APLICACIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD</b>
<p>Entre uno y tres meses, para la elaboración de un informe que contenga estrategias de acciones</p>	<p>Cuando el P. Rector lo considere oportuno o al presentarse una urgencia específica.</p> <p>Cuando las personas que desean colaborar estén capacitadas para brindar algún servicio.</p>	<p>Diseño de estrategias motivacionales.</p> <p>Elaboración de carteles, folletos, trípticos informativos.</p> <p>Apoyo de personas e instituciones para capacitar a los miembros de la comunidad interesadas en prestar sus servicios.</p> <p>Intercambio de experiencias con personas e instituciones que ya se dedican a ofrecer este tipo de ayuda.</p> <p>Apoyo económico de instituciones privadas.</p> <p>Buscar empresas que quieren donar material u otro tipo de ayuda para las personas necesitadas.</p>	<p>Elaborando reportes de personas, según la obra y objetivos que cumplen.</p> <p>Informando cada semana, durante los servicios dominicales, de los avances obtenidos y los que falta por hacer.</p> <p>Presentando informes al P. Rector, al P. Superior de la Compañía y a los patrocinadores de obras, acerca de los objetivos cumplidos.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PARTICULAR
<p> <b>PROBLEMA</b>            Todavía no hay un compromiso de los laicos en ayudar a la Institución a ofrecer distintos servicios y formación religiosa a la comunidad         </p>	<p> <b>PROPUESTA</b>            CORTO         </p>	<p> <b>ASPECTOS GENERALES</b>            Acercar a las personas interesadas en ofrecer su ayuda en algunas tareas que hay en la Iglesia, como pueden ser: formación religiosa, ministerio de la comunión, ayuda y visita a enfermos, desvalidos, presos, visita a hospitales, orfanatorios, obras de la Compañía, etcétera.         </p>	<p> <b>OBJETIVO PARTICULAR</b>            Fomentar la ayuda de la comunidad de la Iglesia de San Ignacio en beneficio de las personas más desprotegidas         </p>	
<p> <b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b>            Ayudar a P. Rector y a los P. Vicarios en algunas tareas de servicio religioso.            Motivar el compromiso de ayuda en toda la comunidad.            Visitar a personas que necesitan ayuda y, por algunas circunstancias no pueden ir a la Iglesia.         </p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
<p>El que se requiera para hacer una reflexión seria y metódica de temas y problemas</p>	<p>En cualquier momento</p>	<p>Análisis de contenido de la información. Reuniones entre el P. Superior, P. Rectores, Vicarios, sacerdotes, y empelados en general de todas las instituciones y obras de la Compañía de Jesús. Diseño de estrategias motivacionales para los asistentes a las reuniones. Elaboración de investigaciones, seminarios, conferencias, mesas redondas, etcétera. Considerar los viáticos que implica una obra de esta magnitud.</p>	<p>Elaborando reportes acerca de las actividades desempeñadas por cada Instituto de la Compañía en particular. Presentando resultados y propiciando debates entre el P. Superios con los Rectores, Vicarios y, en general, los miembros de las instituciones de la Compañía de Jesús. Consultando a cada una de las comunidades en las que se desarrollan las obras de la Compañía.</p>

PROBLEMA	NIVEL DE INCIDENCIA	PLAZO DE SOLUCIÓN	ASPECTOS GENERALES	OBJETIVO PRINCIPAL
<p>El P. Rector asume tareas que corresponden a un P. Vicario</p>	<p>SUGERENCIA</p>	<p>MEDIANO</p>	<p>Mediante la descentralización de tareas, se puede evitar que el P. Rector realice tareas de algún P. Vicario, lo cual puede repercutir en la atención a las personas y los servicios más solicitados por ellas. Se pueden hacer reuniones informativas para comentar sugerencias y compromisos con fechas y horas de trabajo.</p>	<p>Procurar que el P. Rector atienda de la mejor manera posible a la comunidad de la Iglesia de San Ignacio</p>
<p><b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b></p> <p>Motivar a los P. Vicarios para que comprendan la carga de trabajo del P. Rector al frente de la Institución. Evitar que los compromisos de los P. Vicarios fuera de la Iglesia sean más importantes que sus tareas en ella.</p>				

TIEMPO DE REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	TIEMPO DE APLICACIÓN	RECURSOS	EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD
		<p>Reuniones formales y informales del P. Rector con los P. Vicarios.</p> <p>Planeación de calendarios con el fin de evitar dobles compromisos.</p> <p>Reuniones de los P. Vicarios con personas de la comunidad para que les ayuden (de ser posible) con algunas tareas o en la atención de ciertas urgencias.</p>	<p>Comentando e intercambiando opiniones y críticas entre el P. Rector y los P. Vicarios de la Iglesia de San Ignacio.</p>

# MATRIZ DE SELECCIÓN DE ÁREAS Y ASIGNATURAS

ÁREA	ASIGNATURA	OBSERVACIONES
METODOLÓGICA	TÉCNICAS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL Y DE CAMPO	<p>El área metodológica proporciona elementos para la investigación y la metodología de la comunicación.</p> <p>La materia de Técnicas de Investigación Documental y de Campo, ayuda al coordinador de comunicación proporcionándole elementos útiles en la búsqueda de información, su reflexión y su redacción, con el fin de elaborar resúmenes, documentos, folletos, manuales, revistas, guiones, etcétera.</p>
	METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES	<p>Esta asignatura en Ciencias Sociales, le sirve al coordinador de comunicación dotándolo de herramientas para analizar la realidad que afecta a la sociedad en su conjunto, y en el (los) problema(s) que va a estudiar; por lo tanto, será capaz de seleccionar información oportuna para la elaboración de textos de análisis, base para realizar distintos productos comunicativos</p>
	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN COLECTIVA	<p>Los métodos de Investigación en Comunicación Colectiva ayudan a clasificar, categorizar, ordenar y planificar la información que necesita un coordinador de comunicación en cualquier institución.</p>



<p><b>LENGUAJE PERIODÍSTICO</b></p>	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS I (NOTA INFORMATIVA)</b></p>	<p>Esta área ofrece las bases para el manejo adecuado de la información en los distintos medios de comunicación colectiva.</p> <p>La materia de Nota Informativa, es muy importante para cualquier coordinador de comunicación ya que permite investigar y organizar de forma lógica los datos que se requieren y se necesitan saber en la elaboración de textos sencillos cuyo fin sea proporcionar al consumidor información mínima, pero a la vez completa, de algún tema que le interese.</p>
	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS II (ENTREVISTA)</b></p>	<p>Al igual que la Nota, esta materia posibilita al coordinador de comunicación obtener datos directos, muchas veces de la misma fuente de información. En este caso, es una valiosa herramienta de investigación dirigida a personas que tienen la capacidad y autoridad de ofrecer comentarios, estadísticas, referencias, en fin, una serie de elementos útiles que el profesional de la comunicación deberá ordenar y/o sintetizar en datos que le sirvan para el trabajo/producto comunicativo que esta realizando.</p>
	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS III (REPORTAJE)</b></p>	<p>Es la asignatura que permite realizar, sin lugar a dudas, una mayor investigación y recopilación de información de manera profunda y detallada. El reportaje ofrece a un coordinador de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>contar con una amplia base de datos</li> <li>tener elementos comparativos de información</li> <li>buscar la precisión en datos como fechas, sitios, acontecimientos históricos causas, consecuencias, etcétera</li> <li>ofrecer a los consumidores de la información elementos que les permitan analizar y reflexionar en el tema que les interesa.</li> </ul>

	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN I (ARTÍCULO Y EDITORIAL)</b></p>	<p>El Artículo y la Editorial permiten al coordinador de comunicación ofrecer su opinión y su posición ante diversos temas e información específicos. Esta materia ofrece elementos para que el profesional de la comunicación enriquezca y critique los puntos de vista que una institución ofrece a su público ya sea reforzando su contenido tratando de presentarlo de la mejor manera posible con el fin de lograr la aceptación y el convencimiento.</p>
	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN II (COLUMNA Y CRÍTICA)</b></p>	<p>Cuando una información aparece en un lugar específico, firmada por un autor en particular y ésta se ofrece a un público determinado, son las características que un coordinador de comunicación puede tener de una columna periodística. Por otra parte, la crítica es una buena opción de comparación/confrontación de información, es decir, de hechos.</p>
<p><b>TEÓRICA</b></p>	<p><b>INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b></p>	<p>Permite a un profesional de la comunicación iniciarse en el proceso de esta materia, su desarrollo, objetivos y tratamiento ya sea en teoría o bien, en la práctica.</p>
	<p><b>TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA I, II Y III</b></p>	<p>Cada una de estas materias ofrece el estudio, proceso y desarrollo de la comunicación desde perspectivas y métodos diferentes: funcionalismo, estructuralismo, marxismo. Un coordinador de comunicación puede analizar y decidir en su caso aquel método que considere adecuado para investigar/reflexionar/proponer la realidad, ya sea comunicativa o desde el punto de vista de ésta.</p>

<p><b>ECÓNOMICO, POLÍTICO Y SOCIAL</b></p>		<p>La comprensión de la dinámica de la sociedad actual, sus orígenes y consecuencias, así como la evaluación de acontecimientos, son posibles gracias al estudio de esta área.</p>
	<p><b>INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA</b></p>	<p>Esta asignatura ofrece al coordinador de comunicación comprender los principales elementos que conforman al hombre y su entorno de relaciones: la sociedad. Ayuda en la reflexión de problemas al entender el origen y las causas de los mismos; por lógica, permite ofrecer consideraciones y respuestas en casos específicos.</p>
	<p><b>INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA POLÍTICA</b></p>	<p>Si por política se entiende la forma civilizada de debatir problemas y ofrecer soluciones, esta materia, al igual que la sociología, permite a un coordinador de comunicación entender la dialéctica de las sociedades, a partir de autores, obras particulares, con las cuales podemos opinar y decidir sobre las circunstancias que de una u otra manera afectan el desempeño del hombre en las diferentes sociedades y, particularmente en México.</p>
	<p><b>HISTORIA MUNDIAL DEL SIGLO XX (I Y II)</b></p>	<p>Para los coordinadores de comunicación comprometidos con entender y reflexionar sobre la realidad del mundo actual, y como complemento a las dos asignaturas anteriores, el estudio de la historia mundial de este siglo permite al análisis de sucesos los cuales, en mayor o menor medida, afectan la vida de la sociedad internacional. La responsabilidad del profesional de la comunicación por su entorno es, en la medida de sus posibilidades, transformarlo en algo mejor. Esta tarea se basa, por supuesto, en los hechos (buenos o malos) de una sociedad y, la memoria de la sociedad es la historia.</p>

	<p><b>PROBLEMAS SOCIO/ECONÓMICOS DEL MÉXICO ACTUAL</b></p>	<p>Es un recuento de, como lo indica la materia, los acontecimientos más significativos en el país y, el coordinador de comunicación tiene herramientas teórico/históricas para analizar/proponer enunciados e información cuyo propósito sea discutir alternativas viables en el desarrollo socio/económico del país.</p>
	<p><b>HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE AMÉRICA LATINA</b></p>	<p>La materia permite el estudio de los procesos históricos más significativos con países con los que México comparte características específicas : historia, lengua, religión, cultura.) El profesional de comunicación se enriquece con datos peculiares y así, poder realizar consideraciones y propuestas concretas de la realidad en la región.</p>
<p><b>PERIODISMO ELECTRÓNICO</b></p>	<p><b>PERIODISMO Y LITERATURA</b></p>	<p>Los requerimientos de las sociedades contemporáneas en materia de comunicación electrónica, impulsa el desarrollo de la especialidad por sus inimaginables alcances y efectos en las personas.</p> <p>Aunque en sí, no tenga esta materia mucha relación con el periodismo electrónico, enriquece al profesional de la comunicación con las obras de autores considerados clásicos y más influyentes en la literatura contemporánea. De forma particular, fomenta la sensibilidad y el conocimiento de pensamientos, idiosincrasias y sociedades las cuales, aunque no las conocemos personalmente, gracias a la literatura podemos leer y comprender.</p>
	<p><b>ADAPTACIÓN DE TEXTOS PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA I (RADIO) Y II (TV Y CINE)</b></p>	<p>En estas asignaturas, el profesional de comunicación analiza la importancia y las técnicas requeridas para adaptar una obra escrita (primordialmente) y presentarla en medios electrónicos. Se puede afirmar que las materias implican un alto grado de creatividad y sensibilidad lo cual, por otro lado, permite a un coordinador de comunicación desarrollar ideas para transmitir cierto tipo de mensajes y, por consecuencia, información.</p>

	<p><b>PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA Y TELEVISIVA</b></p>	<p>Cada una de estas materias ofrece al profesional de la comunicación las bases del desarrollo en la producción del radio y la TV. Si bien cada cual con características y lenguaje propio, el coordinador de comunicación será capaz de desempeñarse en la producción de ambos, al fin de que sean herramientas poderosas considerando el número de personas a las que puede llegar. En particular se debe pensar en la fuerza que las imágenes tienen en la sociedad contemporánea y su poder de convocatoria y de convencimiento.</p>
--	--	---

La presente evaluación se basa en la experiencia laboral y a partir de la formación profesional que permite desempeñar un trabajo en una Institución de carácter religioso. La selección de éstas áreas y asignaturas permiten a un profesional de la comunicación por medio de la investigación y de su creatividad el cumplimiento de las tareas que le fuesen asignadas de forma lógica y precisa.

# IV. CONSIDERACIONES Y CONCLUSIONES

## A. LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA

### 1. UBICACIÓN Y SELECCIÓN DE ÁREAS

Del capítulo anterior se puede afirmar que las carencias de la Institución son muy similares a las de la Iglesia Católica en general, entendida en su funcionamiento. Un poco más adelante se precisará en ello. Ahora bien, se detectó que existen dificultades técnicas y económicas en la Iglesia de San Ignacio aunque, vale afirmarlo, muchos de los problemas tienen su raíz en una falta de voluntad para hacer el trabajo encomendado.

En esta última parte del trabajo se harán las reflexiones pertinentes que ayuden a mejorar tanto la actividad profesional y la elaboración/utilización de productos comunicativos, así como otras consideraciones para que, a nivel estructural, una institución como la Iglesia de San Ignacio ofrezca servicios a la comunidad en una relación cordial, comprensiva, propositiva, abierta; en fin, que tome en cuenta las necesidades de mujeres y hombres que a diario se enfrentan con una realidad compleja, en muchos casos ambigua, misma que no es fácil abordar y explicar en términos de "buena"/"mala".

En la primera parte de este capítulo se elaborarán una serie de cuadros en donde se explicará, a partir del Plan de Estudios de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP-Acatlán, las áreas y asignaturas que más ayudan en la práctica profesional como coordinador de comunicación en una institución como la Iglesia de San Ignacio.

En la segunda parte, de manera descriptiva, se harán consideraciones personales, a partir de la experiencia laboral, de cuáles asignaturas y qué tipo de técnicas/equipo son necesarios para aquellas personas interesadas en trabajar en instituciones religiosas o que el trabajo tenga relaciones con el campo de la comunicación y su aplicación en cuestiones religiosas.

Finalmente, a partir de todo el trabajo de investigación, ordenamiento y reflexión de la información obtenida, el objetivo central del trabajo nos lleva a que se realicen conclusiones generales del trabajo considerando dos grandes premisas:

-¿Cómo mantener vigente el mensaje de la Iglesia Católica en general para que sea un apoyo en el desarrollo integral de las personas?

-¿Cuál es la importancia de la comunicación dentro de una institución como la Iglesia de San Ignacio de Loyola para que pueda cumplir con el objetivo que le da su razón de ser?

Las premisas se fundamentan, en primer lugar por el cuidado que la Institución tiene en la educación de los fieles católicos y, por tanto, hay que revalorar a la comunicación como un elemento fundamental que abarca todos los aspectos de la relación Iglesia-comunidad.

**El rol que desempeñan los productos comunicativos es, en este sentido, cada vez más importantes. Son el medio, el vehículo imprescindible de transmisión de ideas, valores, tradiciones; y conste que también debemos reconocer la importancia, el papel central que desempeña la comunicación oral en la tradición de la predicación de la Iglesia.**

# MATRIZ DE SELECCIÓN DE ÁREAS Y ASIGNATURAS

ÁREA	ASIGNATURA	OBSERVACIONES
METODOLÓGICA	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y DE CAMPO	<p>El área metodológica proporciona elementos para la investigación y la metodología de la comunicación.</p> <p>La materia de Técnicas de Investigación Documental y de Campo, ayuda al coordinador de comunicación proporcionándole elementos útiles en la búsqueda de información, su reflexión y su redacción, con el fin de elaborar resúmenes, documentos, folletos, manuales, revistas, guiones, etcétera.</p>
	METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES	<p>Esta asignatura en Ciencias Sociales, le sirve al coordinador de comunicación dotándolo de herramientas para analizar la realidad que afecta a la sociedad en su conjunto, y en el (los) problema(s) que va a estudiar; por lo tanto, será capaz de seleccionar información oportuna para la elaboración de textos de análisis, base para realizar distintos productos comunicativos</p>
	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN COLECTIVA	<p>Los métodos de Investigación en Comunicación Colectiva ayudan a clasificar, categorizar, ordenar y planificar la información que necesita un coordinador de comunicación en cualquier institución.</p>



<p><b>Lenguaje Periodístico</b></p>	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS I (NOTA INFORMATIVA)</b></p>	<p>Esta área ofrece las bases para el manejo adecuado de la información en los distintos medios de comunicación colectiva.</p> <p>La materia de Nota Informativa, es muy importante para cualquier coordinador de comunicación ya que permite investigar y organizar de forma lógica los datos que se requieren y se necesitan saber en la elaboración de textos sencillos cuyo fin sea proporcionar al consumidor información mínima, pero a la vez completa, de algún tema que le interese.</p>
	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS II (ENTREVISTA)</b></p>	<p>Al igual que la Nota, esta materia posibilita al coordinador de comunicación obtener datos directos, muchas veces de la misma fuente de información.</p> <p>En este caso, es una valiosa herramienta de investigación dirigida a personas que tienen la capacidad y autoridad de ofrecer comentarios, estadísticas, referencias, en fin, una serie de elementos útiles que el profesional de la comunicación deberá ordenar y/o sintetizar en datos que le sirvan para el trabajo/producto comunicativo que esta realizando.</p>
	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS III (REPORTAJE)</b></p>	<p>Es la asignatura que permite realizar, sin lugar a dudas, una mayor investigación y recopilación de información de manera profunda y detallada.</p> <p>El reportaje ofrece a un coordinador de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>contar con una amplia base de datos</li> <li>tener elementos comparativos de información</li> <li>buscar la precisión en datos como fechas, sitios, acontecimientos históricos</li> <li>causas, consecuencias, etcétera</li> <li>ofrecer a los consumidores de la información elementos que les permitan analizar y reflexionar en el tema que les interesa.</li> </ul>

	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN I (ARTÍCULO Y EDITORIAL)</b></p>	<p>El Artículo y la Editorial permiten al coordinador de comunicación ofrecer su opinión y su posición ante diversos temas e información específicos. Esta materia ofrece elementos para que el profesional de la comunicación enriquezca y critique los puntos de vista que una institución ofrece a su público ya sea reforzando su contenido tratándolo de presentarlo de la mejor manera posible con el fin de lograr la aceptación y el convencimiento.</p>
	<p><b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN II (COLUMNA Y CRÍTICA)</b></p>	<p>Cuando una información aparece en un lugar específico, firmada por un autor en particular y ésta se ofrece a un público determinado, son las características que un coordinador de comunicación puede tener de una columna periodística. Por otra parte, la crítica es una buena opción de comparación/confrontación de información, es decir, de hechos.</p>
<p><b>TEÓRICA</b></p>	<p><b>INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b></p>	<p>Permite a un profesional de la comunicación iniciarse en el proceso de esta materia, su desarrollo, objetivos y tratamiento ya sea en teoría o bien, en la práctica.</p>
	<p><b>TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA I, II Y III</b></p>	<p>Cada una de estas materias ofrece el estudio, proceso y desarrollo de la comunicación desde perspectivas y métodos diferentes: funcionalismo, estructuralismo, marxismo. Un coordinador de comunicación puede analizar y decidir en su caso aquel método que considere adecuado para investigar/reflexionar/proponer la realidad, ya sea comunicativa o desde el punto de vista de ésta.</p>

<p>ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL</p>		<p>La comprensión de la dinámica de la sociedad actual, sus orígenes y consecuencias, así como la evaluación de acontecimientos, son posibles gracias al estudio de esta área.</p>
	<p>INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA</p>	<p>Esta asignatura ofrece al coordinador de comunicación comprender los principales elementos que conforman al hombre y su entorno de relaciones: la sociedad. Ayuda en la reflexión de problemas al entender el origen y las causas de los mismos; por lógica, permite ofrecer consideraciones y respuestas en casos específicos.</p>
	<p>INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA POLÍTICA</p>	<p>Si por política se entiende la forma civilizada de debatir problemas y ofrecer soluciones, esta materia, al igual que la sociología, permite a un coordinador de comunicación entender la dialéctica de las sociedades, a partir de autores, obras particulares, con las cuales podemos opinar y decidir sobre las circunstancias que de una u otra manera afectan el desempeño del hombre en las diferentes sociedades y, particularmente en México.</p>
	<p>HISTORIA MUNDIAL DEL SIGLO XX ( I Y II)</p>	<p>Para los coordinadores de comunicación comprometidos con entender y reflexionar sobre la realidad del mundo actual, y como complemento a las dos asignaturas anteriores, el estudio de la historia mundial de este siglo permite al análisis de sucesos los cuales, en mayor o menor medida, afectan la vida de la sociedad internacional. La responsabilidad del profesional de la comunicación por su entorno es, en la medida de sus posibilidades, transformarlo en algo mejor. Esta tarea se basa, por supuesto, en los hechos (buenos o malos) de una sociedad y, la memoria de la sociedad es la historia.</p>

	<p><b>PROBLEMAS SOCIO/ECONÓMICOS DEL MÉXICO ACTUAL</b></p>	<p>Es un recuento de, como lo indica la materia, los acontecimientos más significativos en el país y, el coordinador de comunicación tiene herramientas teóricas/históricas para analizar/proponer enunciados e información cuyo propósito sea discutir alternativas viables en el desarrollo socio/económico del país.</p>
	<p><b>HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE AMÉRICA LATINA</b></p>	<p>La materia permite el estudio de los procesos históricos más significativos con países con los que México comparte características específicas : historia, lengua, religión, cultura.) El profesional de comunicación se enriquece con datos peculiares y así, poder realizar consideraciones y propuestas concretas de la realidad en la región.</p>
<p><b>PERIODISMO ELECTRÓNICO</b></p>		<p>Los requerimientos de las sociedades contemporáneas en materia de comunicación electrónica, impulsa el desarrollo de la especialidad por sus inimaginables alcances y efectos en las personas.</p>
	<p><b>PERIODISMO Y LITERATURA</b></p>	<p>Aunque en sí, no tenga esta materia mucha relación con el periodismo electrónico, enriquece al profesional de la comunicación con las obras de autores considerados clásicos y más influyentes en la literatura contemporánea. De forma particular, fomenta la sensibilidad y el conocimiento de pensamientos, idiosincrasias y sociedades las cuales, aunque no las conocemos personalmente, gracias a la literatura podemos leer y comprender.</p>
	<p><b>ADAPTACIÓN DE TEXTOS PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA I (RADIO) Y II (TV Y CINE)</b></p>	<p>En estas asignaturas, el profesional de comunicación analiza la importancia y las técnicas requeridas para adaptar una obra escrita (primordialmente) y presentarla en medios electrónicos. Se puede afirmar que las materias implican un alto grado de creatividad y sensibilidad lo cual, por otro lado, permite a un coordinador de comunicación desarrollar ideas para transmitir cierto tipo de mensajes y, por consecuencia, información.</p>

**PRODUCCIÓN Y  
PROGRAMACIÓN  
RADIOFÓNICA Y  
TELEVISIVA**

Cada una de estas materias ofrece al profesional de la comunicación las bases del desarrollo en la producción del radio y la TV. Si bien cada cual con características y lenguaje propio, el coordinador de comunicación será capaz de desempeñarse en la producción de ambos, al fin de que sean herramientas poderosas considerando el número de personas a las que puede llegar. En particular se debe pensar en la fuerza que las imágenes tienen en la sociedad contemporánea y su poder de convocatoria y de convencimiento.

La presente evaluación se basa en la experiencia laboral y a partir de la formación profesional que permite desempeñar un trabajo en una Institución de carácter religioso. La selección de éstas áreas y asignaturas permiten a un profesional de la comunicación por medio de la investigación y de su creatividad el cumplimiento de las tareas que le fuesen asignadas de forma lógica y precisa.

## 2. EXIGENCIAS DEL CAMPO LABORAL

Las asignaturas explicadas en los cuadros anteriores, permiten el desarrollo de la práctica profesional aunque, el Plan de Estudios de la carrera debe tomar en consideración, desde nuestra perspectiva:

-Computación. Es impostergable el uso de computadoras personales (PC's) en todos los alumnos a lo largo de toda la carrera, en cualquier materia y no sólo en los talleres de Géneros Periodísticos; se necesitan habilidades para editar y elaborar imágenes, principalmente. Con la computación se pueden realizar productos como boletines, folletos, trípticos, fotografías, fotomontajes, editar audiovisuales, etcétera. Ahora bien, el desarrollo del Internet permite intercambio de información por lo cual sugerimos que una asignatura se dedique al manejo de esta herramienta y a la elaboración de páginas y "sitios" electrónicos.

-Economía y Derecho. Estas dos materias, son consideradas muy poco prácticas. Si bien es cierto que es importante el conocimiento básico de sus contenidos, se piensa en una actualización de temas y discusiones al parejo de acontecimientos de la sociedad actual. Por ejemplo, en Economía, se deberían manejar conceptos tales como neoliberalismo, globalización económica, macro y micro economía, leyes del mercado, lenguaje financiero, etcétera. En tanto a la materia de Derecho, se considera que hay una falta de reflexión en un sistema jurídico y ético real, tanto en la sociedad como en los medios de comunicación. Si bien las leyes deben garantizar la plena libertad del quehacer periodístico, por otra parte la reflexión ética debe procurar ese mismo ejercicio de forma propositiva, evitando su desarrollo con fines puramente mercantiles, amarillistas y sin escrúpulos. Cabe señalar que la noble carrera de Derecho sufre actualmente su peor crisis de credibilidad, ya que en México la impunidad alarmante de las personas infractoras de la Ley hace de la materia un mero instrumento para conseguir dispensas y libertades (si es que hay dinero de por medio) y no la forma equitativa de impartir justicia.

-Idioma extranjero. Se propone como materia obligatoria el dominio de al menos un idioma extranjero (inglés de preferencia) y la comprensión de un segundo.

-Historia. Las materias de Historia correctamente estudian el desarrollo de acontecimientos de este siglo y también en América Latina; deben complementarse con una reflexión de sucesos en el México actual, por lo menos, de los acontecimiento del año 1968 hasta llegar a analizar el levantamiento zapatista y el contexto indígena de los últimos meses. Una materia de Historia de México del siglo XX, se complementaría con materias de Ciencias Políticas, Sociedad y Política del México actual entre otras.

-Religión. De una u otra forma estamos en contacto con ella. Muchas guerras tienen ahí su origen y, sin embargo, no hay estudios y reflexiones en profundidad. Por lo tanto, consideramos que haya una materia que analice el impacto de las diferentes religiones en la vida del hombre, enfatizando los acontecimientos de este siglo (véase lo sucedido en la antigua Yugoslavia). No se propone una Historia de la Religión sino más bien, la Religión en la Historia del Hombre. Estamos seguros de la aportación cultural, humanística y crítica que una asignatura como ésta contribuya en cualquier plan de estudios de carreras afines con el desarrollo de la sociedad.

El enfoque para nada tendría que ver sólo con el cristianismo o con protestantismo, sino reconocer el papel de la religión en la vida de millones de seres humanos, en sus objetivos, ideales, y también, observar cómo una religión llevada al extremo (el fundamentalismo) es fatídica para la humanidad. Es más, se podría destacar el papel de la tolerancia como un valor de las sociedades contemporáneas.

-Gramática. Sin pretender que sea una asignatura de nivel primaria o secundaria, se considera prudente fortalecer el conocimiento del lenguaje escrito (y a la vez el oral) con clases de gramática porque es palpable las deficiencias en la construcción mental y escrita de mensajes aún en este nivel de estudios superiores.

En general, las materias que conforman las preespecialidades de la carrera, ofrecen opciones dependiendo del campo laboral que el alumno le interese desarrollar. Pero, por la importancia y necesidades en la práctica profesional, se considera que ciertas asignaturas deberían ser obligatorias:

- Investigación en comunicación alternativa.
- Teoría de la organización.
- Comunicaciones internas.
- Comunicación organizacional.
- Análisis de contenido.
- Publicidad.
- Producción y programación radiofónica.
- Producción y programación televisiva.
- Fotografía.
- Adaptación de textos para medios de comunicación colectiva.
- Periodismo y literatura.

Finalmente, ante los retos de la sociedad moderna, se tiene que procurar la sólida formación en el manejo de equipo técnico de radio y TV y, cuidar el desarrollo de la telecomunicación en la escuela. Asimismo se tiene que administrar una cultura empresarial entre los alumnos con base primeramente en la superación personal (con el establecimiento y logro de metas a corto y mediano plazo) y siempre buscando la excelencia académica. Esta cultura debe reflejarse en el cuidado y desarrollo de la formación individual de las personas a lo largo no sólo en su eficiencia en el trabajo sino que sea capaz de generar propuestas útiles tanto a la organización para la que labora como en su propia comunidad/familia.

Cabe recordar aquí, que todas las anteriores consideraciones surgen de una práctica profesional en una institución religiosa pero, se recomienda para toda persona interesada en el trabajo de la comunicación, con un enfoque humanista y social, es decir, no meramente en el trabajo de hacer/dar información, sino en la elaboración de productos comunicativos con un mensaje específico.

El mejor reflejo tanto de la cultura empresarial como un enfoque humanista se debe reflejar en las gestiones de cada persona en su trabajo, es decir, la capacidad individual de generar críticas en todo lo que se realiza y a la vez productos reales que solucionen los aspectos que impiden el desarrollo del trabajo. Este tipo de gestiones debe ser de forma permanente.

## B. CONCLUSIONES

### 1. ORGANIZACIÓN, INSTITUCIÓN, RELIGIÓN

Es temerario afirmar que la Iglesia Católica haya querido convertirse *per se* en lo que es: una de las instituciones más antiguas, representativas, influyentes, burocráticas y por qué no, poderosas que hayan existido jamás en el mundo.

Quizá esa no era la intención de su fundador; quizá su misión, a la vez monumental y a la vez sencilla se ha tenido que adaptar (por supuesto) al desarrollo, exigencias y dificultades en todo lugar donde se ha establecido.

Si nos referimos a ella cuantitativamente es la institución con más "sucursales" que ninguna otra en el planeta (equiparable sólo el Islam). Fiel en los mandamientos de su fundador: "Id por todo el mundo...".

Entonces ¿cómo ha podido mantener el orden, la disciplina y el apostolado (que es la universalización en la comunicación del mensaje cristiano)?.

La respuesta es aparentemente sencilla: con organización.

Desde el inicio de la humanidad, hasta los microcosmos sociales más complejos e interactivos (pensemos en las corredurías financieras), se impuso la necesidad de ordenar el desorden, por así llamarlo.

Por un lado está el hombre, sus acciones y relaciones, que podemos entenderlas como una sociedad, es decir, el conjunto natural, temporal y espacial en el cual interactúan mujeres y hombres en algún tiempo específico.

El desarrollo mas o menos sustentable e igualmente justo fue posible mediante leyes, guerras, acuerdos y, por la organización.

Entonces, si la Iglesia Católica en su conjunto pudo crecer a través de los siglos logrando una innegable presencia e influencia en millones de seres humanos, mucho le debe a la organización.

Específicamente, la Iglesia de San Ignacio de Loyola comparte y está convencida de la relevancia del orden en las diferentes actividades que realiza.

Al no tener de forma oficial una definición de organización, por la experiencia laboral proponemos que es una posibilidad de actuar de una persona y/o en interacción con otras de forma concertada cuyo fin es cumplir y/o desarrollar un objetivo común. Su base son los propósitos, las capacidades y las relaciones

Una organización, "una posibilidad de desarrollo", es primordial en cualquier tipo de institución. De los tipos de instituciones que hay encontramos: económicas (bancos), políticas (partidos políticos), familiares (las personas miembros de una familia), religiosas (las diferentes asociaciones de culto), jurídicas (los tribunales), entre otras.

La Iglesia de San Ignacio, legalmente es una asociación religiosa. En sí, es una institución dedicada a administrar diferentes servicios religiosos.

Por pertenecer a una Orden Religiosa, la Iglesia de San Ignacio concibe una forma específica y particular de "institución". Al buscar en las Normas Complementarias de la Compañía de Jesús, encontramos:



*"Por Instituto, la Compañía entiende tanto nuestra forma de vivir y de actuar, como los documentos escritos en los que se propone esta forma auténtica y legítimamente.*

*Algunos de estos documentos son verdaderas normas, otras inspiran o iluminan nuestra espiritualidad o nuestro modo de proceder o reflejan las sanas tradiciones de la Compañía".*<sup>1</sup>

Así pues, no sólo se debe entender a esta Institución como una forma de vivir y de actuar, también se debe observar el conjunto de constituciones, reglas, normas, exámenes, declaraciones, Congregaciones, Cánones y Decretos que hayan sido aprobados por la Congregación General y, en determinadas circunstancias por el Padre General. No se debe olvidar que también su diferenciación y su relación con el entorno ha sido y es específica.

Los enunciados y propósitos de las Constituciones tienen la finalidad cumplir con la misión de la Iglesia Católica, esto es, el anuncio propagación y enseñanzas de Cristo en tanto ser espiritual y como hombre.

Esta misión de los jesuitas se complementa con el voto de plena obediencia al Pontífice de Roma, el Papa.

Entonces, la Iglesia de San Ignacio es una Institución porque es una forma concreta de ser y actuar, para encauzar (administrar/ordenar) una parte/ámbito de la sociedad: la religión.

Es una Institución (civilmente reconocida y aceptada) religiosa porque su campo de trabajo es el hombre, hecho de materia y de espíritu, que reconoce y acepta a Dios como su origen y fin. Cabe destacar que la Iglesia no niega su ayuda y atención a personas que no compartan y vivan con estos valores.

Si bien la religión tiene su fundamento en un Ser Absoluto, reconoce la suma importancia del vivir y sentir de la humanidad en el mundo material; si no se proyecta/manifiesta sobre la vida corporal/sensitiva del hombre de nada sirve su trabajo. Por lo anterior, una forma de expresión, acercamiento, comunicación de la religión es la palabra y los símbolos.

Una Institución religiosa sintetiza/explica sus intenciones a través de formas concretas (palabras, escritos) y formas abstractas (símbolos y signos).

Finalmente, se considera a la Iglesia de San Ignacio como Institución porque su organización (suficiente o perfectible) es/debe ser una herramienta útil/capaz de realizar/proponer actividades que ayuden/critiquen el desarrollo integral de todas las personas que buscan en ella, por un lado el cumplimiento de compromisos que implican la administración de los sacramentos y, por otra parte, los beneficios/orientaciones que en algún momento de la vida necesitamos todos los seres humanos.

<sup>1</sup>Compañía de Jesús Constituciones de la Compañía de Jesús, p 262

## 2. LA COMUNICACIÓN Y LA INSTITUCIÓN

Hablar de comunicación en este tiempo es hablar de una necesidad no satisfecha, de una moda no pasajera, de un término no acabado, una ciencia no comprendida en su magnitud (por la mayoría de las personas).

Partamos de esto último.

Es común explicarse, referirse a los acontecimientos (cualquiera) que suceden en el mundo bajo la óptica de la comunicación. No podemos tapar el sol con un dedo: con la TV vía satélite podemos "estar", en cualquier hora, en donde se nos antoje. Esta posibilidad es tan fascinante como aterradora. Es lo primero por el potencial de unión, de enlace virtual, de conocimiento que permite; a la vez aterra la idea de tenerlo todo (casi) en casa, sentados (o acostados), en confort, sin que nos molesten, en soledad... y si no, tan sólo véase a cientos, miles de trabajadores que se "comunican" con su computadora a través de la red informática. Si nos fijamos, son como islas; hay empresas que son una suma de islas y, sin exagerar, pensemos en algún ejecutivo de marketing al cual le importa poco o nada conocer a su "compañero" encargado de llevar el producto de la empresa para la cual trabajan hasta alguna oficina u hogar. El primer individuo trabaja con su máquina y no conoce al segundo, no se comunican, no se conocen, no se "ponen en común".

Al ir desarrollando este trabajo y en este momento de reflexión, entre otras cosas se considera importante destacar que también en la Iglesia de San Ignacio se trabaja -muchas veces- como en islas. Si bien es cierto que se coordinan actividades y el P. Rector está en contacto con todos los encargados de cursos de formación religiosa, es palpable la poca interacción de éstos últimos entre sí; por lo cual, es impostergable la comunicación (como un es motor de acuerdos) entre todos los responsables para reafirmar/considerar si la misión de la Institución realmente se lleva a cabo y con qué calidad.

En un mundo saturado de imágenes, ¿qué imagen proyecta la Iglesia? (no lo que es, sino lo que parece ser) y por lo tanto ¿qué nos puede decir la Iglesia hoy? ¿qué nos puede comunicar?. Poca cosa: la propuesta de una vida íntegra, en armonía con la vida, la naturaleza, con el mundo, la sociedad, con la familia, amigos, con uno mismo, con Dios.

Esta propuesta no puede ser transmitida con una imagen de piedad, dolor, calma, orden, rigidez; tiene que ser comunicada, capaz de generar acciones, capaz de transformar el entorno, la realidad pero hacia algo mejor. Si no, la causa ha sido perdida.

El mensaje es uno, y los medios para comunicarlo distintos. Si el mensaje no responde, no es culpa de los medios. Quizá los medios/productos no son los mejores, pero el mensaje tiene que llegar, calar y doler, inquietar, proponer, desafiar, aliviar, o de lo contrario, no sirve.

También la comunicación funciona para evitar lo que en religión se conoce como "fundamentalismos", que son la radicalización de ideas y sentimientos con base en la exclusión del otro, el otro que no piensa como yo. La comunicación posibilita la oportunidad/alternativa de ser/pensar diferentes. El secreto es comprensión y tolerancia; la tolerancia propicia acuerdos.

En el interior y al exterior de la Institución, la comunicación puede encontrar las diferencias y complejidades y es capaz de entenderlas/comprenderlas para el mayor objetivo: la misión de la Institución.

Es justo considerar que, por naturaleza y tradición, la Compañía de Jesús es una Institución en donde la comunicación muchas veces se da como una orden, una visión impuesta. No se puede negar que su fundador Ignacio de Loyola (un ex-militar) no quiso fundar una democracia (es una Orden Religiosa), y entonces podemos estar ante una Institución organizada, regida por una jerarquización piramidal. Aquí el trabajo plantea una recomendación/reflexión.

Si bien es verdad que no es papel de la comunicación transformar la jerarquía de la Iglesia en general (Cristo señaló directamente a su sucesor), por la tradición, historia y con el fin de mantener un férreo orden, también es verdad que la comunicación promueve/posibilita las interacciones e interrelaciones que se dan en su estructura.

Es decir, la comunicación es la herramienta más poderosa en una institución para lograr críticas, acuerdos, transmitir información, necesidades, anhelos, proyectos, reflexiones, cuyo resultado sea en beneficio de la organización de la empresa (la Iglesia en este caso).

Evidentemente no queremos reducir a la comunicación como un elemento eficiente, exclusivo para transmisión de órdenes/datos; consideramos que cualquier empresa deber ser mucho más que una fría máquina perfecta, óptima.

La comunicación debe explotar las diferencias, magnificar debilidades, expresar los temores, conciliar enemistades, sólo si cualquier institución desee lograr un trabajo naturalmente fortalecido, tradicionalmente fresco, con una fuerza optimista, renovada, contemporánea y, claro, eficiente.

Una coordinación de diferencias/esfuerzos tiene por lógica que aportar información socialmente útil. Una coordinación de datos ordena el caos, produce el crecimiento en los hombres/trabajadores. La síntesis de los esfuerzos a nivel de organizar cualquier institución es tarea (entre otras) de una coordinación de comunicación.

### 3. LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN

La Iglesia de San Ignacio de Loyola es una institución de tamaño pequeño. En su funcionamiento, como se aprecia en el organigrama que está en el capítulo I se resalta su estructura piramidal característica de las organizaciones religiosas.

La coordinación de comunicación se ha considerado como la responsable -entre otras cosas- de conseguir y hacer productos que ayuden a la transmisión de datos, para las personas interesadas en información específica.

Es honesto reconocer que quizá la coordinación se dedique en muchas ocasiones a "organizar la información".

Una de las reflexiones en el trabajo es revalorar el papel de la coordinación con base en un plan a nivel interdepartamental en donde la comunicación será el vehículo/enlace entre personas, inquietudes, datos, estrategias, de tal forma que el resultado de todo ese conjunto sea una capacidad sensible que beneficie al desarrollo de la Institución.

Un profesional de la comunicación que se dedique a esta labor, debe reconocer, independientemente del tamaño de la empresa para la cual trabaja, que cada parte de ella tiene algo que aportar y algo que recibir.

Esta interacción necesita de un orden, metodología y estrategia.

Como lo indica el maestro Enrique Arellano, "podemos entender el término estrategia como una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida. Operativamente, la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas".<sup>2</sup>

Este es el reto de un profesional de la comunicación: posibilitar el desarrollo y la armonía de cualquier empresa a partir de métodos y estrategias que detecten/ofrezcan una serie de problemas/soluciones reales.

En la Iglesia de San Ignacio, el trabajo de la coordinación de comunicación tiene que considerar ya no el simple hecho de organizar y transmitir información; es indispensable conocer a las personas (consumidores) de los productos, saber qué tanto ayudan a los objetivos que la Institución persigue.

Y no se trata de aislar a las dos variables: productos comunicativos/relaciones internas. Ambos casos se necesitan y se complementan.

Se requiere una reflexión en el sentido que todo tipo de trabajo (como los productos comunicativos) se elaboran para mujeres y hombres, con motivos y experiencias comunes, con intenciones e interrelaciones semejantes, con dudas y cosmovisiones de la vida.

<sup>2</sup>ARELLANO, Enrique. La estrategia de comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones pp 44 y 45

Todo parte de un punto, hay medios diferentes para llegar a él; todos queremos y luchamos para llegar ahí, démosle cualquier nombre: idea, esperanza, utopía, en fin. En la Iglesia se prefiere nombrarlo como realización, felicidad.

La comunicación al interior de la Institución y los productos que se elaboran en ella, se complementan por la sencilla lógica de que el uno está hecho para el otro. Y viceversa.

Los productos comunicativos responden a una necesidad real, concreta (que ya se reflexionó en el capítulo III), de gentes que necesitan adquirir información, comunicación. Al interior de la Institución, el trabajo se concibe en el servicio a esas personas; a un mejor nivel de comunicación interna, un servicio más eficiente.

Instituciones comprometidas con y para la sociedad se traducen en una posibilidad tangible de comunicación. Instituciones abiertas, estimulan el diálogo con las personas a las cuales sirven.

Hombres y mujeres con capacidad e intención de poner algo en común deben, por supuesto, llegar a acuerdos en común. Esta es la contribución y el potencial de la comunicación.

Por lo tanto, el profesional de la comunicación es una Institución religiosa tiene la oportunidad de establecer acuerdos/desacuerdos, propiciar el debate y el orden, detectar fallas, dar soluciones (y negarlas), de manera metódica y científica.

El aspecto comunicativo en el trabajo es la posibilidad de la investigación; gracias a ella podemos abodar "ordenadamente" el caos que representa la realidad. La investigación permite, en diferentes niveles, brindar enunciados y propuestas, hasta llegar a detectar detalles muy precisos que requieren soluciones proporcionalmente precisas. La comunicación brinda la capacidad de hacer modelos, gestiones y asesorías en cualquier tema/tarea en lo individual y en las instituciones.

Un profesional por tanto, debe ser un investigador, un bandido de la realidad para ser un mártir en su nombre.

En palabras del maestro Diego Juárez:

"Investigar es una forma compleja de actuar para analizar/construir la realidad".

En este sentido, una de las principales tareas de cualquier departamento de comunicación en una institución religiosa es acercar a todas las partes de ésta y propiciar el intercambio de inquietudes, organizar las propuestas de cada elemento y ser un factor de democratización de la estructura. Esta apertura tiene que traducirse en una confianza por parte del P. Rector o el encargado de la institución hacia su coordinador de comunicación permitiéndole la libertad de organizar la información requerida para el funcionamiento interno, así como autorizarlo a elaborar a su criterio los productos comunicativos que considere pertinentes o más adecuados y que lograrán un mayor impacto entre las personas que asisten y conviven en la comunidad. Por su formación profesional, nadie más adecuado que un coordinador de comunicación para recoger/organizar/sintetizar todos aquellos aspectos que en primer lugar impiden el desarrollo óptimo de la institución para, ser capaz de promover soluciones muy particulares que no siempre se tiene la habilidad de detectar.

Creemos firmemente que este trabajo es un ejemplo de la propuesta anterior.

## 4. LA COMPAÑÍA DE JESÚS Y SUS RETOS

En general, el panorama finisecular presenta para esta Orden Religiosa, así como para muchas instituciones y sociedades, un caos y una gran esperanza.

El caos, como crisis de valores, referencias, leyes, armonía, marca el fin de una etapa. No necesariamente el fin es violento (el caos no tiene por qué ser así) la terminación de etapas es algo natural y humanamente necesario. A veces, los hombres necesitamos que algo (o alguien) termine/falte para replantearnos nuestro desempeño en el trabajo, en la familia, en la vida.

A nivel institucional (empresa, estado o país) es similar; el desbordamiento de elementos actuantes e interactivos, por muchas razones, causa una serie de conflictos que dan al traste su *modus operandi*, lo cual se puede identificar en algunos síntomas:

- Apatía
- Flojera
- Injusticia
- Pobreza
- Desigualdad
- Ignorancia
- Conformismo

Entre muchos otros.

El desarrollo/prevalecimiento de un sistema económico tan excluyente como el neoliberal, entre otras cosas, ha logrado una cualidad en el hombre: es un ser perfectamente prescindible.

Nunca como ahora, observamos la falta de sensibilidad y humanidad de parte de élites dueñas de inimaginables recursos, capaces de disponer de millones de vidas a su antojo (por ejemplo, quien se atreve a negar que caprichos de especuladores financieros pueden acabar con la estabilidad de cualquier país).

Curiosamente, el caos que del que se habla, es la génesis de la renovación, la media noche es el comienzo del día.

Nuevas generaciones más conscientes del mundo y sus problemas interiorizan la necesidad por respetar el entorno; el equilibrio se impone, no es una elección: la naturaleza es sabia, pero finita, hemos llegado -no libremente- a la bifurcación: respeto igual a vida, abuso sinónimo de destrucción.

Si aceptamos que el mundo no es capaz de aguntar en nivel de desarrollo (...) del ser humano, entonces el compromiso tiene que entenderse como una consideración de los hombres y mujeres hacia el mundo, sus recursos y sus exigencias.

Todo lo ha dado el mundo (y gratis) para el beneficio humano. Ya es momento (si no cuándo) de dar algo a él. No podemos "crear" naturaleza, pero sí respetarla, conocerla: amarla.

La conciencia ecológica es un paso interesante, una génesis/organización de esfuerzos por preservar lo que aún tenemos.

Somos las criaturas más perfectibles y complicadas de la misma naturaleza. No se necesita tanta ciencia para saber que si no respetamos algo/alguien, algún día se puede ir, alejarse, enemistarse, enrarecerse. No se necesita tanta ciencia para aceptar que somos alguien/algo incompleto, inacabado.

Irremediablemente necesitamos al otro, que quizá no nos guste, no comparte nuestras ideas, creencias, pero que está ahí. Lo más valioso que tenemos en este mundo es que hay todavía personas dispuestas a hacer algo "bueno" por nosotros. Interpretemos el término "bueno" como algo/alguien que permite el desarrollo/satisfacción de intenciones/intereses de alguien (la naturaleza, el hombre, las instituciones, la sociedad). Que este término sea sinónimo de generosidad, solidaridad y compromiso con uno mismo y para los demás.

El reto de la Compañía de Jesús es hacer cosas buenas por/para hombres y mujeres.

Su campo de acción (no el único) principal es el desarrollo integral del ser humano en cuanto que es materia y espíritu y, ambos aspectos son complementarios para crecer, para "ser".

El mundo contemporáneo parece que se avoca a satisfacer las necesidades materiales: tendencia al confort, el cuidado y culto por la belleza física, la compra de la tranquilidad (ya hay seguros para toda ocasión), entre otros. Este hecho depende en muchas ocasiones del desarrollo económico (y honesto gobierno) de países y comunidades.

En la permanencia, presencia, trascendencia y vigencia de las instituciones, su misión tiene que ser igualmente importante.

Aquellas que ya no respondan o traicionan sus fines, pierden su quicidad, es decir, su "qué", su fondo, lo que permite mover y explotar lo interno para lo externo, su esencia.

La vigencia de la Compañía de Jesús es proporcional a su misión: la felicidad del hombre aquí, en este mundo y en el otro. La misión de los jesuitas es proporcional a su esencia: reconocer que son seres humanos, con defectos y virtudes, convocados a ser compañeros de Cristo en la lucha por la fe y la justicia que exigen los signos de los tiempos.

En el momento que el hombre pierda su sentido humano, su naturaleza y su llamado a ser cada día mejor, entonces la misión de los jesuitas habrá fracasado. Mientras tanto, la lucha es fuerte, continua. Las exigencias para la batalla marcan grandes directrices:

1.- Trabajo apostólico. El dinamismo de la sociedad civil (en México y en América Latina principalmente) y su participación en la democracia.

Propiciar proyectos alternativos a la exclusión que padece la sociedad en ámbitos educativos, sociales, culturales, de gobierno, etcétera.

Revalorar y destacar la importancia del campo, proveedor de alimentos para el hombre, (sobre todo, en nuestro país).

Evitar que la globalización económica someta también otras formas de interacción humana como la cultura, las relaciones familiares y formas de vida.

Denunciar y expresar que la creciente inseguridad social, a la larga a nadie beneficia y sí afecta a todos.

La crisis moral y legal de los gobiernos y políticos, impiden el sano y equitativo progreso de la nación.

Es necesaria una nueva dinámica de acción/relación con la comunidad católica, por parte de la Iglesia, que fortalezca por un lado las convicciones y creencias y que se transformen en algo útil y real que ayude a la sociedad en su compleja interdependencia.

2.-Vida espiritual. La experiencia y propuesta de Dios por parte de los jesuitas, no debe limitarse a la experiencia individual de Dios (la oración), va más allá también de la administración del culto; es importante que se abra a la experiencia de los que sufren, los pobres, ignorantes, los sin oportunidad, los "perdedores". La cercanía, trato y comunicación con grupos marginados del progreso y de la tecnología, son una fuente viva, palpable, de que la obra del cristianismo está inacabada e incomprendida. Aprendiendo/viviendo con ellos, se gana en sensibilidad, nos libera del individualismo excluyente, nos hace reflexionar/confirmar que siempre habrá algo por hacer en beneficio de alguien. En este tiempo, los jesuitas prefieren la opción de trabajar por los pobres, colaborando de forma modesta al explicarles su derecho a la vida, a la salud, a una tierra, familia, al trabajo digno, una casa y familia propias, a ser vistos/tratados como cualquier ser humano.

3.-Vida afectiva. La inquietud de Ignacio de Loyola para con los miembros de la Compañía en "ordenar su vida sin determinarse por afección alguna desordenada", en estos tiempos de imágenes y libertades, los jesuitas necesitan/proponen afectos y motivaciones en su dura experiencia como religiosos: la vida comunitaria, apostólica, la soledad, son elementos que potencian/agotan la naturaleza del hombre. Crecer en las interrelaciones es aceptar y convivir con el afecto de la comunidad de feligreses, aficiones culturales, artísticas, deportivas. Esta forma de diálogos son naturales y necesarios para amainar la fatiga del trabajo y evitar el mecanicismo en la administración del culto.

4.-Compromiso académico. Los jesuitas y su labor en colegios, reconocen la realidad social y pretenden su desarrollo/transformación con una perspectiva de igualdad, en comunicación con expectativas micro y macro de nuestro tiempo.

En la formación académica, se da su justo valor al desarrollo racional-conceptual de las personas pero también, a los aspectos humano-éticos como son la moral, los valores, la estética, la amistad, etcétera.

La interpretación del mundo tiene que tratar con visiones no sólo de la cultura cristiano-occidental, porque esto ya no es suficiente; es preciso acercarse a culturas-lenguas-visiones indígenas y de otras latitudes del planeta, algunas minoritarias, con el propósito de motivar discusiones y ampliar el nivel académico.

5.-Finalmente, otra exigencia corresponde a los jóvenes interesados a formar parte de la Compañía. La promoción vocacional abarca la inculcación de la identidad, tradición y acción de los jesuitas. Cabe destacar que una incorporación y aceptación de candidatos con culturas, tradiciones y contextos diferentes al país de donde proceden, propiciarán la amistad y profundización socio-cultural; la comunicación con formas de ser distintos, cobijados por una causa común.



## 5. LA ESENCIA

Ante la pregunta ¿qué es la vida? se abren enormes, complejas e inconclusas expectativas.

De entrada a nadie se le cuestiona si está o no de acuerdo en vivir, y muchas veces, lo mismo sucede al morir.

Se puede considerar a la vida como una oportunidad de conocer, de sentir. Este sentir y apropiarse de las condiciones para lograrlo pueden tener varias formas. Unas confortables, otras ambiguas, las más, dolorosas pero, no porque realmente queremos que así sea. En mayor o menor medida todos -casi- buscamos la felicidad. Vaya cuestión.

Al querer ser feliz, podemos lograrlo al "sentirnos bien", "a gusto", pero, en sentido hedonista, el sentirse bien significaría disfrutar de todo tipo de placeres que el mundo ofrece a los sentidos. Esto no está del todo mal, a lo mejor el problema estriba en los métodos para lograrlo o en el abuso de los placeres (el abuso en el vino, por ejemplo). Pero, cuidado, no vaya a pasarnos como a Borges: "he cometido el peor de los pecados, no he sido feliz".

¿Cuál es la propuesta "jesuítica" de la felicidad?

Por principio de cuentas, no condena la experimentación de placeres sanos, compartidos; pero considera que el hombre está llamado a una realización personal mucho más trascendente. Esta realización parte del inevitable enfrentamiento con el entorno, con el tiempo, con la realidad. La batalla de la vida con la realidad es una descarada invitación a sacrificios, penurias, compromisos, que llamamos deberes.

Entonces, la realización del hombre es una realidad debitoria; nos debemos a la vida, a los otros, es más, nos debemos a nosotros mismos.

Pero, ¿cómo explicar aquellos deberes que conduzcan a la felicidad?. La propuesta jesuítica es: mediante el discernimiento.

"El discernimiento es el arte de distinguir lo bueno de lo malo. Sería por tanto el arte de descubrir qué debemos hacer y qué no".<sup>3</sup>

Este discernimiento que necesita un nivel de madurez y comunicación, nos conduce a un deber/compromiso (o varios) que es (son) la (las) guía(s), el o los motivos, el si no de la vida. El compromiso (libremente adquirido) hace mover la voluntad del hombre, le invita a luchar y superarse, le exige, lo consuela, lo alegra y lo entristece. Su ideal es su pasión, su energía, su felicidad: su esencia.

La Compañía de Jesús y, por tanto, la Iglesia de San Ignacio de Loyola, han escogido su camino: colaborar en la felicidad de hombres y mujeres en sus respectivos compromisos y anhelos.

Su ayuda, fundamentalmente en el campo espiritual, quizá no se "vea" pero está impregnada en alguna parte del hombre.

La formación religiosa de la sociedad es una parte/objetivo para la Institución en el servicio a las personas.

<sup>3</sup>PRADO, Javier. Felicidad, deber y discernimiento, p. 167

La comunicación es un recurso imprescindible, no aprovechado del todo (aún) al interior y al exterior de la Institución en su aportación a la formación religiosa.

La modesta aportación de un profesional en la coordinación de comunicación de cualquier institución permite hacer materiales que implícitamente son el resultado de un proceso/formación peculiar, y cuyos contenidos/intenciones sintetizan una labor de investigación y creatividad capaz de transmitir ideas, sentimientos, propuestas, datos en determinadas condiciones y en formas concretas, orientados a un fin.

La experiencia laboral coincide con la misión de la Institución, A su vez, esta idea es similar a la Compañía de Jesús que, como parte de la Iglesia Católica tiene ante sí una tarea inconclusa.

Por supuesto, hay que considerar, respetar y saber convivir con otras formas, expresiones de fe y de desarrollo personal. Hoy más que nunca la tolerancia y el diálogo deben ser distintivos de una nueva generación, más libre, más democrática y consciente con las necesidades del mundo. Hoy, a las puertas del tercer milenio, los egoísmos, envidias y la intolerancia no pueden, no deben imponerse. Errores de tipo fascista pueden desatar choques ya no entre pueblos, sino entre civilizaciones. Y este mundo herido, ya no lo soportaría.

La nuestra, es una propuesta que nace y tiene su esperanza en los lineamientos de la Compañía y de la Iglesia.

La misión es a la vez monumental y a la vez sencilla.

Quizá todo debiera volver a la esencia:

*"Amarás a Dios por sobre todas las cosas,  
y al prójimo como a Ti mismo..."*

*Jesús de Nazareth.*

## V. BIBLIOGRAFÍA

**Ander-Egg, E. Técnicas de investigación social. Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1970.**

**Revista Caldero. Universidad Iberoamericana, Santa Fé, Ciudad de México, número 22, otoño de 1997.**

**Comunicación Organizacional. Colegio de Educación y Comunicación, ENEP-Acatlán, número 1, Naucalpan, México, octubre de 1997.**

**Constituciones de la Compañía de Jesús. Compañía de Jesús, Ed. Sal Terrae, Roma, 1995.**

**Diccionario de psicología. Editorial Orbis, S. A. Barcelona, 1995.**

**García de Alba, J.M. Ignacio de Loyola. Ediciones del ITESO, Guadalajara, México, 1990.**

**Fesinger, L. y Katz, D. Los métodos de investigación en las ciencias sociales. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1992.**

**Garza Mercado, A. Técnicas de investigación social. Ed. Colegio de México, México, 1988.**

**Juárez, D. y Maciel, M. Apuntes para una perspectiva ecológica de la comunicación. ENEP-Acatlán, Naucalpan, México, 1997.**

**Revista Jesuitas de México. Compañía de Jesús, número 9, México, octubre de 1996.**

**Linton, M. Manual simplificado de estilo. Ed. Trillas, México, 1978.**

**Martín Serrano, M. Métodos actuales de investigación social. Ed. Akal, Madrid, 1979.**

**Martín Serrano, M. Teoría de la comunicación. ENEP-Acatlán, Naucalpan, 1991.**

**Revista Nexos. Número 241, Ed. Nexos, México, enero de 1998.**

**Revista Xipe Totek. Instituto Libre de Filosofía y Ciencias, A.C. y del Centro de Reflexión y Acción Social, A.C. de los jesuitas. Vol. 6, números 2 y 3, Guadalajara, México, abril-junio y julio-septiembre de 1997.**

## **VI. ANEXOS**

**CUESTIONARIO 1 Profesores de curso de formación religiosa.**

El presente cuestionario tiene como finalidad conocer las características y el contenido de productos comunicativos que Ud. utiliza en el curso de formación religiosa que imparte; ayudará a proponer lineamientos para su mejorar/ajustar sus contenidos y su uso.

**Instrucciones.**

Por favor, lea y conteste a cada una de las preguntas que a continuación le presentamos, si en las preguntas de opción múltiple lo considera necesario, marque más de una respuesta.

Profesión \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_

Sexo \_\_\_\_\_

Nombre del curso que da \_\_\_\_\_

Objetivo del curso \_\_\_\_\_

Personas a las que está dirigida el curso \_\_\_\_\_

Edades de las personas que toman el curso \_\_\_\_\_

1.- ¿Cuáles son los materiales de comunicación que utiliza en el curso que Ud. da?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2.- ¿Creó Ud. que el material de comunicación que utiliza es adecuado para el curso?

Muy adecuado \_\_\_\_\_ Poco adecuado \_\_\_\_\_

Adecuado \_\_\_\_\_ Nada adecuado \_\_\_\_\_

Algo adecuado \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

3.- De la siguiente lista, señale por favor aquellos materiales de comunicación que ayudarían al desarrollo de su curso.

a) Libros

f) Videos

b) Carteles

g) Diapositivas

c) Folletos

h) Fotografías

- d) Resúmenes  
e) Cuestionarios
- i) Mapas  
j) Comics

Otro (especificar) \_\_\_\_\_

4.- De los siguientes elementos visuales ¿cuáles considera usted que deben tomarse en cuenta para producir material de comunicación?

- a) fotografía (los planos donde se encuentra el objeto)  
b) geometría (cuerpos geométricos)  
c) tipografía (tipos de letras)  
d) topografía (ubicación de los cuerpos en el espacio de la imagen)  
e) cromáticos (colores empleados en los productos)

¿Por qué? \_\_\_\_\_

5.- ¿Qué colores emplearía/recomendaría para elaborar material de comunicación?

- a) Rojo  
b) Azul  
c) Amarillo
- d) Combinación de colores (especifique) \_\_\_\_\_  
e) Otro (especifique) \_\_\_\_\_

6.- De los siguientes tipo de letras, ¿cuál considera Ud. que debería(n) emplearse para construir mensajes en los productos comunicativos

- a) **A a** (arial)  
b) **A a** (courier new)  
c) **A a** (lucida handwritin)  
d) **A a** (Impact)  
e) ¿Conoce/propone otra? (especificar) \_\_\_\_\_

7.- ¿Qué tipo de figuras geométricas le gustaría observar en los materiales de comunicación?

- a) cuadros  
b) círculos
- e) combinación (especificar) \_\_\_\_\_  
f) otros (especificar) \_\_\_\_\_

c) triángulos

d) rectángulos

8.- Qué tipo de personajes le gustaría que aparecieran en los productos comunicativos?

a) Religiosos (Dios, Jesús, apóstoles, sacerdotes, monjas)

b) Vida común (Hombres y mujeres como nuestros familiares, amigos)

c) Niños y niñas (únicamente)

d) Caricaturas

e) Otro o una combinación (especificar) \_\_\_\_\_

9.- ¿Qué tan pertinente piensa Ud. que la elaboración de figuras sencillas o complejas despierta mayor interés en las personas que utilizan material de comunicación? ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10.- ¿Qué otros medios aparte de los que ya utiliza cree Ud. que le ayudarían a desarrollar su curso de formación religiosa?

a) Video

c) Computación

b) Diapositivas

d) Otros (especificar) \_\_\_\_\_

11.- ¿Cree Ud. que las dinámicas de grupo o alguna representación teatral ayudarían a mejorar la comprensión de los objetivos de la formación religiosa?

a) Si

b) No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

12.- En su curso, ¿qué imagen de Dios quiere dar a sus alumnos?

a) Un ser todopoderoso

d) Un ser que se hizo hombre para salvarnos

b) Un padre amoroso

e) Otro(especifique) \_\_\_\_\_

c) Un ser represor/vengativo \_\_\_\_\_



13.- ¿De qué manera se fomenta la fe en el curso que imparte?

- a) como la esperanza de algo mejor
- b) una motivación para la vida
- c) confianza en algo/alguien que no conocemos
- d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_

14.- ¿Cuál es el objetivo de la lectura/explicación de la Biblia a los alumnos de su curso de formación religiosa?

- a) Recuento de hechos que sucedieron hace muchos años
- b) La fascinante historia de un pueblo
- c) Sucesos históricos con significados socio-culturales en la vida actual del hombre
- d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

15.- ¿Qué concepto de Ser humano se proyecta/tiene en el curso de formación religiosa que Ud. da?

- a) Es una muestra del amor de Dios
- b) Es una persona que para ser feliz debe seguir una serie de normas
- c) Es una persona que vive en este mundo de foma temporal y que se prepara para otro mejor
- d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_

16.- ¿Qué concepto de la Iglesia (en general) pretende Ud. mostrar a las personas de su curso?

- a) Una institución histórica que debe modernizarse en sus reglas y métodos de doctrina/servicios religiosos
- b) Una comunidad de fieles
- c) Una institución portadora de valores y tradiciones cristianos
- d) Un templo donde se reúne una comunidad de feligreses para celebrar un servicio religioso

e) Otro (especificar) \_\_\_\_\_

17.- ¿Qué visión del amor se da a las personas de su curso?

a) es un sentimiento bueno/positivo e) Otro (especifique) \_\_\_\_\_

b) es una actitud y forma de vivir \_\_\_\_\_

c) es Dios y la Iglesia que fundó \_\_\_\_\_

d) es la unión de un hombre y una mujer \_\_\_\_\_

18.- ¿Qué valores procura o se desarrolla en las personas que están en su curso?

a) Paciencia e) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

b) Lealtad \_\_\_\_\_

c) Responsabilidad \_\_\_\_\_

d) Templanza \_\_\_\_\_

19.- Escriba por favor, ¿de qué manera se fomenta/presenta la justicia en el curso que Ud. imparte? \_\_\_\_\_

20.- ¿Qué tipo de relaciones sociales se fomentan y/o se enriquecen en su curso de formación religiosa?

a) Intrapersonales e) Con su comunidad

b) Con la pareja f) Otros (especificar) \_\_\_\_\_

c) Con los padres \_\_\_\_\_

d) Con la familia \_\_\_\_\_

21.- ¿Cuál considera Ud. que es la utilidad que le dan las personas de su curso al material de comunicación que tienen/tendrían?

Muy útil \_\_\_\_\_ Poco útil \_\_\_\_\_

Util \_\_\_\_\_ Nada útil \_\_\_\_\_

Algo útil \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**22 ¿Cuál cree Ud. que es el alcance del material de comunicación en cualquier curso de formación religiosa?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**23.- ¿Cuál es la finalidad del material de comunicación en los cursos de formación religiosa?**

- a) Reforzar la enseñanza/aprendizaje tradicional de los cursos
  - b) Ser un apoyo para los profesores en los diferentes temas del curso
  - c) Ilustrar cierto tipo de situaciones/vivencias que se dan en la vida
  - d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**CUESTIONARIO 2** Para los niños del catecismo.

¡Hola amiguito, amiguita! Ayúdanos a resolver este cuestionario que es para conocer y mejorar el material que utilizas en tus cursos de catecismo. Por favor elige una respuesta en donde te señalemos y márcala. Contesta las demás preguntas que te hacemos.

¡Tu ayuda es muy importante, gracias!

Nombre \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

Grado escolar \_\_\_\_\_

1.- ¿Qué materiales utilizas en tu curso de catecismo? \_\_\_\_\_

2.- De los siguientes materiales, marca por favor con cuál te gustaría trabajar en tu curso.

- |                |                           |
|----------------|---------------------------|
| a) Libros      | f) Mapas                  |
| b) Carteles    | g) Otro (escríbelo) _____ |
| c) Videos      | _____                     |
| d) Fotografías | _____                     |
| e) Comics      |                           |

3.- ¿Qué colores te gustan más?

- |         |                             |
|---------|-----------------------------|
| a) Rojo | c) Amarillo                 |
| b) Azul | d) Otros (escríbelos) _____ |

4.- ¿Cuál de estas letras te gusta más?

- |               |                                     |
|---------------|-------------------------------------|
| a) <b>A a</b> | e) ¿Te gusta otra?. Escríbela _____ |
| b) <b>A a</b> | _____                               |
| c) <i>A a</i> |                                     |
| d) <b>A a</b> |                                     |

5.- ¿Qué tipo de personajes te gustaría que aparecieran en revistas, comics, videos?

- |   |
|---|
| a) Religiosos (Dios, Jesús, los ángeles, los apóstoles, sacerdotes, monjitas) |
| b) Vida común ( Como tú, tus papás, tus tíos, tus primos)                     |

c) Niños (únicamente niños como tú, de tu edad)

d) Animalitos

e) Otros (escríbelos) \_\_\_\_\_

6.- ¿Te gustaría aprender el catecismo por medio de juegos, teatro, guiñoles?

a) Sí

b) No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

7.- Para tí, ¿quién es Dios?

a) Una persona todopoderosa

b) Un padre amoroso

c) Una persona regañona

d) Una persona que quiere nuestro bien y nos cuida para que ganemos el cielo

e) Otro (escríbelo) \_\_\_\_\_

8.- ¿Qué es la Biblia para tí?

a) La historia maravillosa de un pueblo

b) Unos cuentos muy padres

c) Unas historias que dan consejos y ejemplos para vivir bien, como Dios quiere

d) Otro (escríbelo)

¿Para qué te sirve? \_\_\_\_\_

9.- ¿Qué es para tí la Iglesia?

a) La casa de Dios

b) Un templo para orar, para aprender, y convivir con las personas

c) Un lugar que significa algo para tí (qué significa?) \_\_\_\_\_

d) Otro (escríbelo) \_\_\_\_\_

10.- ¿Qué valores te enseñan en tu curso?

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| a) Portarse bien                    | f) Conocer a Dios y sus mandamientos               |
| b) Respeto a los papás              | g) Practicar lo que manda la Iglesia (sacramentos) |
| c) Cuidar la naturaleza             | h) Ser honesto (no decir mentiras)                 |
| d) Sacar adelante y bien la escuela | i) Ayudar a todo el que te lo pide                 |
| e) Amor por tu país y tradiciones   | j) Otros (escríbelos) _____                        |

11.- ¿Cuánto te ayuda el material que te dan tus profesores y/o el que usas para el desarrollo del curso en el que estás? Marca una opción.

- |                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| a) Me ayuda muchísimo | d) Casi no me ayuda |
| b) Me ayuda           | e) Nada             |
| c) Me ayuda un poco   | ¿Por qué? _____     |

12.- Escribe para qué utilizas, te sirve o haces con el material del curso en el que estás, y qué haces con el que ya te sirvió en cursos pasados. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**CUESTIONARIO 3, Jóvenes y señoras trabajadoras domésticas.**

Contesta por favor el siguiente cuestionario. Es importante para saber el material que utilizas en tu curso de formación religiosa con el fin de mejorar su presentación y los temas con los que estudias.

**Instrucciones**

Marca una respuesta de las que a continuación te presentamos. Trata de responder lo más completo posible a las otras preguntas que te hacemos.

Nombre \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

Años de trabajar \_\_\_\_\_

Nombre del curso al que asistes a la Iglesia \_\_\_\_\_

1.- ¿Para qué te sirve el curso al que vienes? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2.- ¿Qué material te da tu maestro y utilizas en la clase?

- |                  |                           |
|------------------|---------------------------|
| a) Resúmenes     | d) Revistas               |
| b) Cuestionarios | e) Otro (escríbelo) _____ |
| c) Libros        | _____                     |

3.- El material que utilizas ¿te gusta? Marca una letra.

- |                  |                 |
|------------------|-----------------|
| a) Si, muchísimo | d) Un Poco      |
| b) Mucho         | e) Nada         |
| c) Me gusta      | ¿Por qué? _____ |

\_\_\_\_\_

4.- ¿Qué colores te gustan más?

- |         |                             |
|---------|-----------------------------|
| a) Rojo | c) Amarillo                 |
| b) Azul | d) Otros (escríbelos) _____ |

\_\_\_\_\_

5.- ¿Cuál de estas letras te gusta más?

- |               |                                     |
|---------------|-------------------------------------|
| a) <b>A a</b> | e) ¿Te gusta otra?. Escríbela _____ |
|---------------|-------------------------------------|

b) **A a** \_\_\_\_\_

c) *A a*

d) **A a**

6.- ¿Qué materiales de comunicación te gustaría utilizar en tus clases?

a) Libros

e) Carteles

b) Videos

f) Comics

c) Folletos

g) Otros (escríbelos) \_\_\_\_\_

d) Fotografías \_\_\_\_\_

7.- ¿Qué tipo de personajes te gustaría que aparecieran en el material que elegiste en la pregunta anterior?

a) Religiosos (Dios, los ángeles, apóstoles, sacerdotes, monjitas)

b) Vida común (Como tus patronos, familia, amigos)

c) Únicamente niños y niñas

d) Caricaturas

e) Otros (escríbelos) \_\_\_\_\_

8.- Te gustaría aprender y desarrollar tu clase por medio de juegos, del teatro o dinámicas de grupo?

a) Si

b) No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

9.- De acuerdo al curso y a tus ideas, ¿qué es Dios para tí?. Escoge la letra que más se acerque a lo que piensas.

a) Un ser todopoderoso

b) Un padre amoroso

c) Una persona dura, que castiga si nos portamos mal

d) Un ser que se hizo hombre para salvarnos

¿Por qué? \_\_\_\_\_



---

10.- ¿Qué es la fe para tí? ¿Tienes fe en algo o alguien?

- a) Es la esperanza de algo mejor que vendrá
- b) Es una motivación para salir adelante en la vida
- c) Confianza en algo/alguien que no conocemos
- d) Otro (escríbelo) \_\_\_\_\_

Tengo Fe \_\_\_\_\_

No tengo Fe \_\_\_\_\_

¿En quién, en qué?

¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

11.- ¿Conoces la Biblia? ¿Qué es para tí?

- a) Recuento de hechos que sucedieron hace muchos años
- b) La fascinante historia de un pueblo
- c) Sucesos históricos con significados para nuestra vida actual
- d) Otros (escríbelo) \_\_\_\_\_

12.- ¿Qué es la Iglesia para tí?

- a) Una institución que cumple con los mandamientos de Dios
  - b) Una institución que debe adecuarse a la realidad de la vida actual
  - c) Una comunidad de fieles (creyentes)
  - d) Un templo donde nos reunimos para un servicio religioso (bodas, bautizos, etcétera)
  - e) Otros (escríbelo) \_\_\_\_\_
- 

13.- ¿Qué piensas del amor? ¿Qué significa para tí?

- a) Un sentimiento muy bonito
  - b) Una forma de ser y de vivir
  - c) Amor es Dios, sus mandamientos y su Iglesia
  - d) Es la relación entre un hombre y una mujer
  - e) Otro (escríbelo) \_\_\_\_\_
-

14.- ¿Qué valores te ha enseñado el curso en el que estás?

- a) Amistad e) Otro (escríbelo) \_\_\_\_\_
- b) Fidelidad \_\_\_\_\_
- c) Responsabilidad f) Ninguno
- d) Prudencia

15.- ¿Te ha ayudado tu clase en tus relaciones con

- a) Contigo misma e) Con \_\_\_\_\_
- b) Con tus padres ¿De qué forma? \_\_\_\_\_
- c) Con tu familia \_\_\_\_\_
- d) Con tu pareja f) No me ha ayudado

16.- Para qué utilizas el material que te da tu maestro en la clase que tomas?

---



---



---

17.- ¿Cuál piensas que es la finalidad de este material?

- a) Reforzar la enseñanza/aprendizaje del curso
- b) Apoyo al maestro y al alumno en los temas de la clase
- c) Servir de ejemplo en situaciones o vivencias que se presentan en la vida
- d) Otro (escríbelo) \_\_\_\_\_

---

#### CUESTIONARIO 4 Personas de los cursos de formación religiosa.

Este cuestionario tiene por objetivo conocer los productos comunicativos que utiliza en las clases de formación religiosa y las características de forma y contenido que Ud. cree ayudarían a mejorarlos y/o utilizar otros que considere adecuados.

##### Instrucciones

Marque una respuesta en las preguntas de opción múltiple y conteste lo más preciso posible a las preguntas que a continuación tiene. Si lo considera necesario, puede señalar dos o más respuestas.

Nombre \_\_\_\_\_ Edo. civil \_\_\_\_\_

Profesión/actividad \_\_\_\_\_

Curso al que asiste \_\_\_\_\_

Motivos por el que asiste al curso \_\_\_\_\_

1.- ¿Qué material utiliza en el curso que Ud. toma? \_\_\_\_\_

2.- ¿Cree Ud. que este material es adecuado en el curso?

a) Muy adecuado \_\_\_\_\_ d) Poco adecuado \_\_\_\_\_

b) Adecuado \_\_\_\_\_ e) Nada adecuado \_\_\_\_\_

c) Algo adecuado \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3.- De la siguiente lista, señale por favor aquellos materiales de comunicación que ayudarían a su curso.

a) Libros g) Diapositivas

b) Carteles h) Fotografías

c) Folletos i) Mapas

d) Resúmenes j) Comics

e) Cuestionarios k) Otro (especifique) \_\_\_\_\_

f) Videos

4.- ¿Qué colores recomendaría para elaborar productos de comunicación?

- a) Rojo d) Combinaciones  
 b) Azul e) Otros (especifique) \_\_\_\_\_  
 c) Amarillo \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

5.- De los siguientes tipo de letras, ¿cuál considera Ud. que debería(an) emplearse para construir mensajes en los productos comunicativos?

- a) **A a** (arial)  
 b) **A a** (courier new)  
 c) **A a** (lucida handwritin)  
 d) **A a** (Impact)  
 e) ¿Conoce/propone otra? (especificar) \_\_\_\_\_

6.- ¿Qué tipo de personajes le gustaría que aparecieran en los productos comunicativos?

- a) Religiosos (Dios, Jesús, apóstoles, sacerdotes, monjas)  
 b) Vida común (Hombres y mujeres como nuestros familiares, amigos)  
 c) Niños y niñas (únicamente)  
 d) Caricaturas  
 e) Otro o una combinación (especificar) \_\_\_\_\_

7.- ¿Qué otros medios aparte de los que ya utiliza cree Ud. que le ayudarían a desarrollar su curso de formación religiosa?

- a) Video c) Computación  
 b) Diapositivas d) Otros (especificar) \_\_\_\_\_

**8.- ¿Cree Ud. que las dinámicas de grupo o alguna representación teatral ayudarían a mejorar la comprensión de los objetivos de su curso?**

- a) Sí
- b) No

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**9.- En su curso, ¿qué imagen de Dios aprende? ¿qué significa para usted?**

- a) Un ser todopoderoso
- b) Un padre amoroso
- c) Un ser represivo
- d) Un ser que se hizo hombre para salvarnos

e) Otro (especifique) \_\_\_\_\_

**10.- ¿De qué manera considera Ud. que el curso que toma le ayuda a profundizar y vivir en la fe cristiana?**

- a) Porque me transmite la esperanza de llevar/tener una vida mejor
- b) Porque me motiva en la vida y en mis relaciones sociales
- c) Tengo confianza en algo/alguien aunque no lo conozco
- d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_

**11.- ¿Cuál es su punto de vista acerca de la Biblia?**

- a) Recuento de hechos que sucedieron hace muchos años
- b) La fascinante historia de un pueblo
- c) Sucesos históricos con significados socio-culturales en la vida actual del hombre
- d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**12.- ¿Qué es el Ser humano para usted?**

- a) Es una muestra del amor de Dios
  - b) Es una persona que para ser feliz debe seguir una serie de normas
  - c) Es una persona que vive en este mundo de forma temporal y que se prepara para otro mejor
  - d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_
- 
- 
- 

13.- ¿Qué es para usted la Iglesia que fundó Jesucristo?

- a) Una institución histórica que debe modernizarse en sus reglas y métodos de doctrina/servicios religiosos
  - b) Una comunidad de fieles
  - c) Una institución portadora de valores y tradiciones cristianos
  - d) Un templo donde se reúne una comunidad de feligreses para celebrar un servicio religioso
  - e) Otro (especificar) \_\_\_\_\_
- 
- 
- 

14.- ¿Qué es el amor para usted?

- a) es un sentimiento bueno/positivo
  - b) es una actitud y forma de vivir
  - c) es Dios y la Iglesia que fundó
  - d) es la unión de un hombre y una mujer
  - e) Otro (especifique) \_\_\_\_\_
- 
- 
- 

15.- ¿Qué valores considera Ud. que desarrolla/conoce mejor con este curso que toma?

- a) Amistad
  - b) Fidelidad
  - c) Paciencia
  - d) Lealtad
  - e) Templanza
  - f) Responsabilidad
  - g) Otros (especifique) \_\_\_\_\_
- 
- 
-

16.- ¿Qué tipo de relaciones sociales se enriquecen en Ud. con este curso?

a) Intrapersonales

e) Con la comunidad

b) Con la pareja

f) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

c) Con los padres/hijos \_\_\_\_\_

d) Con la familia \_\_\_\_\_

17.- ¿Cómo considera Ud. la utilidad del curso que toma?

a) Muy útil \_\_\_\_\_

d) Poco útil \_\_\_\_\_

b) Util \_\_\_\_\_

e) Nada útil \_\_\_\_\_

c) Algo útil \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

18.- ¿Cuál considera Ud. que es el alcance/posibilidades del material de comunicación en el curso que toma? \_\_\_\_\_

19.- ¿Qué finalidad considera Ud. que debe tener el material de comunicación en los cursos de formación religiosa?

a) Reforzar la enseñanza/información que da el profesor

b) Ser sólo un apoyo de los temas específicos del curso

c) Mostrar de forma específica situaciones/vivencias que se dan en la vida

d) Otro (especificar) \_\_\_\_\_