

## CONCLUSIONES 26° CONGRESO INTERAMERICANO DE EDUCACIÓN CATÓLICA.

Fanny Dobronic R. fma

Estimados educadores y educadoras de América:

Asumí una responsabilidad cuando acepté presentar las conclusiones del 26° Congreso Interamericano de Educación Católica. ¡Y vaya qué responsabilidad! No solo porque los conferencistas se esmeraron en presentar su mejor reflexión y experiencia respecto del tema: Liderazgo, Comunicación y Marketing. Sino que además porque es el último día del encuentro y la mejor hora. Las tres de la tarde.

Más que tener la pretensión de elaborar conclusiones de este magno encuentro de Educación Católica propongo recordar algunas certezas que se han mencionado por los expositores y que son elementos para renovar nuestra vocación de educadores y educadoras.

El contexto actual es una época de inmediatez y virtualidad- cómo ha señalado Liliana Franco-, y la situación actual de América Latina nos interpela por el fracaso de las democracias representativas que se reflejan en manifestaciones masivas y expresan un clamor de indignación sofocada.

La escuela actual ya no resiste nuevos remiendos, pues cumplió su misión para un mundo que ya pasó. Cambió el modo de aprender, y por consiguiente de enseñar. Los alumnos actuales de nuestras escuelas son el final de la *Generación Z*, y los nacidos a partir de 2010 son de la *Generación Alpha*, los llamados 'nativos digitales', como expresa Fernando Klein.

En el Congreso Mundial de Educación Católica, realizado en Roma en diciembre de 2015, el Papa Francisco lamentaba la tendencia al neopositivismo reinante y afirmaba: *Falta la trascendencia. La mayor crisis de la educación, para*

*que sea cristiana, es este cierre a lo trascendente. Estamos cerrados a la trascendencia.*

Se trata, por lo tanto, de diseñar una escuela que atienda al estudiante del siglo XXI, con su manera de pensar, razonar, relacionarse. Es una formación no para concentrarse en el pasado y almacenar informaciones, sino para desarrollar capacidades y habilidades para un futuro imprevisible, en constante cambio. Todo se muestra fluido, incierto, complejo y ambiguo. Educar hoy es capacitar, empoderar, es buscar la aplicación, no la mera información.

Reimaginar la escuela del Siglo XXI- en palabras de Xavier Aragay- pensando que el cambio será lo único permanente, es urgente como escuela católica, saber comunicar y liderar el cambio.

Hay constataciones que compartimos todos: nuestros estudiantes deben estar en el centro. Su aprendizaje deberá ser significativo y experiencial con un trabajo colaborativo por proyectos. El mundo cambia con más rapidez, es más imprevisible complejo y difícil de interpretar. Es urgente romper la comprensión de que el liderazgo se restringe a una sola persona, y que sea ella la encargada de un puesto de dirección. Peter Senge, en los años 90, revolucionó la teoría de la gestión al proponer a las escuelas como organización que aprende el concepto de liderazgo compartido.

Los conferencistas Aragay y Klein sostienen que en la 4ª. Revolución Industrial en la cual nos hemos adentrado, lo que está en juego no es mejorar el aula, sino rediseñar la escuela. Por consiguiente, es necesario promover cambios disruptivos que nos permitan avanzar permanentemente. No es añadiendo algunas variantes al aula que el centro educativo va a ser rediseñado y a alcanzar sus objetivos.

Un test de calidad para la escuela católica en el continente será su capacidad de organizarse y vivir internamente de modo tan democrático que su clima habitual y las relaciones entre sus diversos segmentos sean una anticipación de la sociedad democrática que se quiere construir.

Sustancial a la Escuela Católica es la misión de anunciar el Evangelio de Jesús. “¿Qué significa evangelizar? Dar testimonio, con alegría y sencillez, de lo que somos y creemos”, sostiene el Papa Francisco.

En la comunicación de la Buena Noticia destaco dos aspectos esenciales a la escuela católica: citando a Jesús Bastante, en primer lugar el desafío de hacerse entender: Es una de las preocupaciones del Papa Francisco, y se nota en sus apariciones públicas. Al Papa se le entiende sin necesidad de haber estudiado Teología o tener un master en Derecho Canónico. El lenguaje religioso ha perdido su significado en la sociedad actual. Por eso, debemos ser capaces de encontrar palabras y expresiones propias del momento, que sin variar el contenido del mensaje, sí hagan más atractiva su forma de llegar al público.

Debemos ser más naturales, más frescos, dejar a un lado el lenguaje teológico-doctrinal y enfocar la cuestión por la cercanía, la empatía y la misericordia. Y el otro desafío es perder el miedo: hay que dejar de pensar que nuestros únicos púlpitos son los de las iglesias, donde nadie -en principio- puede discutir al que pronuncia la homilía. Hay que acostumbrarse, y promover, la aparición en los medios de comunicación. Y entre ellos, cuidando especialmente a los que en principio puedan estar más alejados del Evangelio.

Y por último, la ponencia sobre marketing expuesta por Patricia Zorrilla, una expresión bastante lejana al mundo de la educación con sus dos elementos fundamentales, captación entendida como conocer el mercado objetivo, tener una buena historia para contar, capitalizar el valor agregado y hacer una entrega adecuada de la historia. Y el segundo elemento la retención cuya estrategia de fidelización, concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente y que compromete a todos en la escuela a ser agentes de fidelización.

Entender el marketing como materialización de ideas, dar valor a lo que haces, entender a tu gente, enamorar a las familias y ser creativo.

El marketing educativo es el valor que creas, cómo lo comunicas, cómo lo entregas para conseguir el beneficio mutuo. Crear valor, comunicarlo y entregarlo se convierte en un acto de responsabilidad hacia nuestra misión y la única manera de hacer realidad nuestra visión. Propósito de marca dado por la misión y la visión, identidad de la marca: que soy, cómo soy, cómo me relaciono, de dónde vengo. Comunicar y vivir la identidad de la marca.

El “valor” es un concepto subjetivo. Crear valor significa lograr mayor nivel de compromiso, mayor orgullo de pertenencia, mayor satisfacción de las familias. Todo intangible. Todo subjetivo y con fuerte componente emocional.

El poder para lograrlo lo tiene nuestra identidad. Y la marca es el elemento más poderoso para transmitir nuestra identidad.

Carolina Fortes (2013) contribuye con esta reflexión al afirmar que “la Identidad también se distingue por lo que no es, o sea, por la diferencia”. Somos reconocidos por lo que no somos.

A veces tenemos la impresión de que estamos nadando contra la corriente. Cuando todos van hacia una dirección, nosotros intentamos mostrar que hay otra alternativa, otra manera de hacer educación. Una educación basada en valores. De hecho, vamos a contracorriente.

Fortes (2013) afirma que “las Instituciones eclesióásticas forman comunidades muy específicas que buscan distinguirse por la fe, por el comportamiento, por las reglas propias y por la configuración de un modelo que busca diferenciarse”. O sea, nos distinguimos por la Fe y por la Espiritualidad.

Además, tenemos que comunicar dos importantes aspectos de nuestra Identidad. La Tradición y la Flexibilidad. Difícilmente las personas asocian estos dos términos. El primero remite al rigor y a la resistencia. Sin embargo, es la flexibilidad la que muchas veces explica la tradición y la longevidad de las instituciones católicas. El sociólogo británico Anthony Giddens (2002) afirma que “la tradición no es totalmente estática, porque tiene que ser reinventada a cada nueva generación

a medida que asume la herencia cultural de sus precedentes”. Por lo tanto, debemos ser flexibles para que mantengamos nuestra tradición. La flexibilidad, la capacidad de adaptación al contexto e incluso la capacidad de reinventarse son fuertes marcas de nuestra Identidad. ¿Cuántas generaciones pasaron por nuestros colegios? Recibir la herencia cultural de una generación y traducirla para otra, requiere mucha flexibilidad.

Los desafíos para la escuela católica que se desprenden de este encuentro son:

1. Rediseñar el modelo organizacional de la escuela.
2. El cuidado del medio ambiente contribuyendo a su preservación.
3. Formación de conciencia ética y compromiso ciudadano.
4. Hacernos cargo de los excluidos de todo tipo.
5. Intensificar la formación para la trascendencia y el anuncio del mensaje de Jesús.
6. Promover el Derecho Universal a una educación de calidad.

Cito a Xavier Aragay en su libro Reimaginando la Educación. 21 Claves para transformar la escuela. “Imaginar lo imposible, concebir algo distinto, inventar lo que no existe”. Este es el futuro de la Escuela Católica del Siglo XXI para seguir haciendo suyo el mandato de Jesús: Id por todo el mundo y haced discípulos míos a todos los pueblos”.

En Santiago de Chile, a 10 de enero 2020.