

L'acció Pastoral a la Fundació Educativa la Mercè



fundació educativa
la mercè

Contenido

1. La nostra visió del món.....	3
1.1. Viure al veïnatge.....	3
1.2. La nostra societat	8
1.3. Les persones	11
2. La nostra missió	17
2.1. Què (Proposta Educativa)	18
2.2. Com (Metodologia).....	24
2.3. Qui (Perfil).....	29
2.4. Per a qui (destinatari/es)	32

«El futur de la humanitat està en mans dels que sàpiguen donar a les generacions venidores raons per viure i raons per esperar.» (GS 31).

1. La nostra visió del món

Déu ha estimat tant el món que ha donat el seu Fill únic perquè no es perdi cap dels qui creuen en ell, sinó que tinguin vida per sempre. (Jn 3,16)

La nostra lectura de la realitat no té la pretensió de presentar-se com una anàlisi objectiva i científica, sinó com una mirada contemplativa, compassiva i crítica al temps que ens toca viure, amb els goigs i les ombres de la nostra generació, al context que envolta la nostra activitat educativa i la dels destinataris de la nostra acció.

1.1. Viure al veïnatge

«Vivim en un món d'abundants riqueses i grans oportunitats. Avui dia, hi ha més gent que viu més temps, amb més salut i amb vides més productives que en qualsevol altra època de la història de la humanitat. Bona part d'aquests assoliments són deguts a l'extraordinària capacitat del capitalisme industrial per produir béns.

No obstant això, aquest èxit es veu amenaçat per un pla d'integració econòmica dirigit per les empreses que amenaça amb aniquilar les identitats culturals, la independència econòmica i la sobirania política. En lloc d'ajudar a construir un món millor per

a tothom, el model fonamentalista de lliure mercat està erosionant tant la democràcia com la igualtat. La precipitada carrera per enderrocar els obstacles al comerç mundial està passant per alt els objectius socials, els valors cohesius que fan que funcionem com a comunitats.

La bretxa que separa els rics dels pobres és cada dia més gran, el poder de decisió es concentra cada cop en menys mans, les cultures locals desapareixen, la biodiversitat s'està extingint, les tensions regionals augmenten, i el medi ambient està a punt de ser destruït. Aquesta és la trista realitat de la globalització, una oportunitat pel progrés humà el potencial del qual s'està dilapidant. En el seu lloc, tenim un sistema econòmic mundial que s'alimenta a si mateix mentre deixa de costat les necessitats fonamentals de les persones i de les comunitats»¹

La **globalització** és un procés d'interconnexió i interdependència que tendeix a convertir el nostre planeta en allò que s'ha anomenat un *veïnatge universal*², com a expressió del fenomen que ha començat a transformar tota la societat humana, el seu estil de vida i les seves relacions polítiques, econòmiques i socials. El punt de partida d'aquest procés pot situar-se en les profundes transformacions experimentades en les darreres dècades del passat segle, especialment la caiguda del mur de Berlín, la fi de la guerra freda i la crisi del petroli; la seva extensió i desenvolupament es basa, fonamentalment, en el progrés tecnològic.

En l'àmbit *econòmic* s'observa que les economies locals s'integren en una economia de mercat mundial en la que la producció massiva de béns i serveis i els moviments de capital

¹ WAYNE ELLWOOD, *Globalización* (Intermón Oxfam ediciones, Barcelona 2007), 14-15.

² *Global village*, en anglès, i *aldea global*, en castellà. Expressió encunyada probablement pel pensador Marshall McLuhan en la seva obra *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (Toronto 1962).

adquireixen dimensions planetàries. En aquest nou escenari reben una creixent importància i poder sobre l'economia mundial les **empreses multinacionals** (o transnacionals) que, concebut des d'un punt de vista mundial els seus clients i negocis, són capaces de mobilitzar i expandir la seva acció sobre mercats del món sencer; exhibeixen un poder en molts casos superior al dels propis estats i organismes internacionals.

Dit d'una altra manera: el lliure comerç de la globalització, en principi, es refereix al lliure moviment de capitals, béns i persones que competeixen en peu d'igualtat; però aquesta suposada llibertat està esbiaixada per mesures proteccionistes el resultat de les quals és que els països més poderosos, les entitats financeres i les empreses multinacionals parteixen de posicions avantatjoses i incrementen contínuament els seus guanys tot expulsant del mercat grans àrees de la població mundial.

La massificació del transport ha fet possible una mobilitat sense precedents; la tecnologia, per la seva part, ha convertit en realitat possibilitats impensables d'intercomunicació virtual. Mai ha estat més fàcil saber immediatament i de primera ma allò que passa al racó més recòndit del planeta, però aquest desenvolupament de les tecnologies de la informació també produeix resultats contradictoris: per una banda afavoreix la centralització del control administratiu i polític per part de governs i empreses; per l'altra, facilita la divulgació d'idees crítiques i la comunicació a nivell dels ciutadans, abans dependents dels mitjans de comunicació predominants i que ara poden reaccionar efectiva i ràpidament davant d'allò que els afecta.

La producció i distribució massiva de béns i serveis, les seves necessitats energètiques i els residus que genera tenen

conseqüències innegables en l'àmbit del medi ambient, de les diferències Nord-Sud i de la promoció de conflictes bèl·lics³; tot això ha posat de relleu els límits d'un model de creixement exponencial en un planeta amb recursos limitats o, dit d'una altra manera, els efectes de l'extralimitació de la depredació humana.

Un dels efectes més visibles de la globalització són les migracions, que en les darreres dècades han crescut fins a adquirir dimensions inèdites en el passat. Les migracions del segle XXI configuren un nou panorama demogràfic i del mercat de treball⁴.

La globalització en la cultura es manifesta, en «la universalització del modus burgés de ser en el món, com a paradigma d'allò desitjable»⁵, en la integració i el contacte de pràctiques culturals: marques, consum de mitjans, valors, icones, personatges, imaginari col·lectiu, costums, relacions, etc. Pel que fa a la difusió i consum dels productes culturals a l'abast mundial, fonamentalment cinema, televisió, literatura i música, el factor tecnològic multiplica la seva capacitat de

³ Justicia i Pau, *Guia per un consum responsable* (http://pangea.org/aa_upload/7dc10f2cdabf56575884fff9bafc49b5/ROJASp3_8.pdf)

⁴ Juan Carlos Velasco «Migraciones y globalización» mayo 2006 (<http://www.madrimasd.org/blogs/migracions/2006/05/29/26394>)

⁵ Ezequiel Ander-Egg, «El proceso de globalización en lo cultural» (http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&ad=rja&sqi=2&ved=0CFkQFjAK&url=http%3A%2F%2Fwww.buenosaires.gov.ar%2Fareas%2Fproduccion%2Findustrias%2Fobservatorio%2Fdocumentos%2Fel_proceso_de_globalizacion_ander_egg.doc&ei=MJxtUIvUJ8eWhQeWxYGADg&usq=AFQjCNES-QMvHXkrAJ8OpCDK5Fj4dTgpZA&sig2=UfDa06H9jbuBkCWCG1Gisw)

difusió a gran escala. La cultura global és audiovisual i de masses.⁶

En el segle de la comunicació assistim també al creixement d'una nova consciència ecològica que valora la acollida i la riquesa multicultural, al sorgiment de moviments de ciutadans que s'associen per prendre partit i actuar en la defensa dels drets humans (moviments feministes, indigenistes, de defensa de drets de minories racials, sexuals, etc.) La humanitat té consciència de posseir «la més poderosa combinació de coneixements, instruments i recursos de tots els temps. Té tot allò que és físicament necessari per a crear una forma de societat humana completament nova... però per a això cal una visió prospectiva i una voluntat ferma».⁷ I amb ella, una creixent consciència de la necessitat «d'estabilitzar el creixement poblacional; evitar que es redueixin en excés les reserves de recursos finits; ampliar per tots els éssers humans les condicions de vida digna; eliminar els contaminants, tenint en compte les generacions futures; fomentar l'ús d'energies renovables»⁸. «Són les necessitats de tothom i no els desigs insaciabls d'uns quants allò que des d'ara ha de tenir en compte la humanitat»⁹.

⁶ Wikipedia, «Globalització»

⁷ Potser sigui aquesta la frase més popular de l'anomenat "Informe Meadows". Informe encarregat pel Club de Roma i elaborat per un equip de 17 professionals dirigits per la biofísica norteamericana Donella H. Meadows i titulat *Els límits del creixement (The Limits to Growth)*. Es va publicar l'any 1972.

⁸ FEDERICO MAYOR ZARAGOZA, «Los límites del crecimiento», a la revista *Temas para el debate*, 181, 2009 (Exemplar dedicat a: Geografía del hambre) pág. 16
(http://www.sistemadigital.es/media/PDF/TEMAS181_PDF_MayorZaragoza.pdf)

⁹ Federico Mayor Zaragoza, «Los límites del crecimiento» pág. 16.

La necessitat de generar noves relacions econòmiques basades en reduir la despesa en armament i en atendre la producció d'aliments (agricultura, aqüicultura, biotecnologia), perquè la qualitat de vida depèn de la nutrició, l'aigua, la salut, les fonts energètiques, el respecte del medi ambient, l'educació, el transport i la pau.¹⁰

Les religions en àmbit planetari poden perfilar-se com a grans constructores d'humanitat des de la col·laboració dels grans ideals o utopies religioses que proclamen el messianisme, la pacificació final i l'entesa entre tots els humans.¹¹

1.2. La nostra societat

El tipus de societat que es correspon amb un model capitalista caracteritzat per la lliure circulació de capitals i productes, regulat principalment per les lleis de l'oferta i la demanda i amb una intervenció estatal limitada, és la *societat de consum*. Els ciutadans esdevenen consumidors i es fan créixer les seves necessitats tot estimulant i orientant la demanda vers un mercat en constant expansió.¹²

Les darreres dècades es caracteritzen pel sorgiment d'una nova «cultura» denominada *societat de la informació*. Una nova forma de veure el món, de comportar-se i de comunicar-se està

¹⁰ Federico Mayor Zaragoza, «Los límites del crecimiento» pág. 16.

¹¹ X. Pikaza, «Nuevas reflexiones para el diálogo de religiones», *Periodista Digital* (Novembre 2009) (<http://blogs.periodistadigital.com/xpikaza.php/2009/11/11/p254624#more254624>)

¹² Ana Carrasco, «La sociedad de consumo: origen y características» en *Contribuciones a la Economía* (gener 2007). Text complet a <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm>.

incidint i imposant-se en tots els àmbits de la vida;¹³ alguns dels seus aspectes característics són:

- L'omnipresència de la tecnologia i de la connexió a internet en tots els àmbits de la vida (la llar, el treball, el lleure) configuren noves formes de relació, nous llenguatges i la possibilitat d'accés a tot tipus de continguts.
- «L'imperatiu tecnològic» ens presenta les noves tecnologies com a modernes i inevitables; els seus costos cada cop menors i la seva alta productivitat ens convenç que el progrés de la humanitat depèn de la fabricació i l'ús d'aquestes noves eines que, el seu torn, imposen una actualització constant.
- L'excés d'informació al nostre abast fa més necessària que mai la competència de saber buscar, valorar, seleccionar i aplicar la informació.
- Els continus avenços científics i tecnològics, especialment en bioenginyeria, enginyeria genètica i nanotecnologia augmenten la nostra esperança de vida.
- El moviment continu sembla una altra constant de la nostra societat; si les fronteres es dilueixen a favor de les empreses transnacionals, també ho fan per més persones: cada cop són més les professions que exigeixen freqüents desplaçaments i el domini de diferents llengües, cada cop són més les persones que inverteixen el seu lleure en grans desplaçaments – de vegades intercontinentals – i experiències “exòtiques”.
- La tendència al pensament únic es consolida afavorida per l'abast massiu dels mitjans de comunicació social, amb les seves lleialtats, els seus subratllats i els seus silencis, que van imposant una única mirada sobre la realitat i la cultura dels països més poderosos, mentre es dilueix la identitat cultural de molts pobles.

¹³ «Características de la sociedad actual» en *Hombre y Sociedad* (Setembre 2007) <http://egleida.nireblog.com/post/2007/09/27/lectura-11-caracteristicas-de-la-sociedad-actual>

- La presa de consciència davant els problemes mediambientals a causa de l'activitat econòmica descontrolada és una realitat que creix progressivament.
- El panorama de les organitzacions i activitats econòmiques ha canviat; davant les organitzacions jeràrquiques de l'era industrial es consolida la tendència cap a les organitzacions en xarxa, i xarxes variables en funció de diferents projectes. Cada cop més la major part de la població activa es dedica a l'oferta de serveis, no a la producció d'aliments o la fabricació d'objectes; especialment en serveis a les persones i en serveis relacionats amb la creació, procés i difusió de la informació.
- Augmenta l'atur i els fenòmens d'exclusió social.
- “L'estat del benestar” que semblava consolidat a les societats occidentals (educació i sanitat gratuïtes, cobertura social i pensions de jubilació) sembla mostrar alguns indicis de recessió en els assoliments conquerits.
- La immigració procedent de països més pobres o amb conflictes constitueix un desafiament per generar mecanismes d'integració o promoure el desenvolupament en els països d'origen; la població immigrada està configurant la societat d'acollida com una societat multicultural.
- Nous models de família constitueixen el teixit social. Augmenta el percentatge de persones soles i de famílies no tradicionals: monoparentals, homoparentals, famílies *ensamblades*.
- Sembla disminuir el sentiment religiós o les seves expressions socials. El poder de convocatòria de les esglésies tradicionals ha minvat sensiblement mentre proliferen uns altres fenòmens i experiències de tipus religiós. De la mateixa manera que creix l'integrisme en alguns sectors religiosos, també creixen noves formes de cultivar l'espiritualitat i la transcendència.

- Les societats occidentals van consolidar les seves democràcies al segle XX, basant-se en el respecte dels drets individuals i en un sistema polític referendat socialment. Al segle XXI nombroses veus reclamen nous models que aprofundeixin en una participació real dels ciutadans, en les institucions democràtiques, renovació de les forces polítiques i alliberament de les pressions de les forces econòmiques.

1.3. Les persones

Las persones a la nostra «societat moderna líquida» són fonamentalment individus i, per això mateix, obligats a ser «distints».

El consum és la resposta al repte en una societat en la que contínuament apareixen nous símbols de distinció. Les persones a la *societat de consum* són fonamentalment *consumidors*.¹⁴

Els nens, nenes i pre-adolescents de la generació present reben múltiples etiquetes per part de qui els observa i descriu els seus trets comuns. Deixant de banda unes altres variables, com podrien ser les diferències socioeconòmiques, ells i elles han estat denominats com a *Generació Z*, la

Passen els seus dies immersos en una "dieta de mitjans", devoren entreteniment, comunicació i qualsevol forma de mitjans electrònics. Són experts en multitasca, xarxes socials, comunicadors electrònics i els primers en incorporar qualsevol nova tecnologia. Van néixer envoltats de tecnologia, i cada any que passa afegixen més eines al seu repertori electrònic. Viuen a les xarxes socials, escriuen més que parlen pel seu mòbil i Twittegen tota la nit, sovint dormen amb els seus mòbils vibrant al seu costat.

Larry Rosen, *Rewired*, pág. 2

¹⁴ Cf. BAUMAN, Z., *La vida líquida*, Paidós, Barcelona 2006, pàg. 37.

generació següent a la *Generació Y*, que van ser els joves dels anys 90 i la *Generació X*, dels 80. Hi ha qui es refereix als joves del 2000 como *Generació Einstein*, *Generació Net* o *nadius digitals*. Representen una generació amb noves habilitats socials i sembla ser la primera generació de la Segona Guerra mundial ençà de la que es descriuen característiques positives: sociabilitat, cooperació, intel·ligència i implicació, principalment¹⁵. Tot i que no existeix un acord unànime sobre els anys que cobreix exactament cada generació, ni sobre les denominacions més adients per posar de relleu els seus trets distintius, predomina la tendència de referir-se als nens i nenes de primària i secundària com a *i-Generation* o *i-Gen*.¹⁶

El terme *Generació-i* sembla reflectir més bé a aquests infants i adolescents en comparació amb els seus germans i germanes més grans de la *Generació Net*. La seva forma de situar-se i entendre la vida està significativament influenciada per la lletra "i": "i" de iPhone, de iPad, de iPod, de iTunes, etc. És igual quin nom els hi donem, ells i elles estan connectats les 24 hores del dia, tots els dies de la setmana. Comparteixen la seva fascinació per qualsevol cosa "i" (iChat, iHome, la Nintendo Wii, i de *iElquesigui*). La "i" també reflecteix la necessitat d'aquesta generació de disposar de tecnologies "individualitzades" que poden adaptar-se a les seves vides de forma personalment significativa.

¹⁵ BOSCHMA, J.- INEZ, G., *Generación Einstein. Más listos, más rápidos i más sociables*, Ediciones Gestión 2000, Barcelona 2008.

(<http://books.google.es/books?id=Wsx1kZA3kkgC&printsec=frontcover&dq=Generaci%C3%B3n+Einstein:+m%C3%A1s+listos,+m%C3%A1s+r%C3%A1pidos+y+m%C3%A1s+sociables.&hl=es&sa=X&ei=p9CUUp6jE6LQ7AbZ6oG4Dg&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>) (obra original de 2006)

¹⁶ Seguim a partir d'aquí el treball de LARRY D. ROSEN, *Rewired. Understanding the I-Generation and the Way They Learn*, Palgrave Macmillan, New York, 2012, 2-49.

(1) *La tecnologia és como l'aire que respiren.*

La Generació Net, la dels anomenats “nadius digitals”, nascuts als anys 90, mai havia experimentat un món sense Internet, telèfons mòbils, videojocs i altres mitjans de comunicació (incloent un gran nombre de canals de TV); malgrat tot, la següent generació, la nascuda al nou mil·lenni, adopta la tecnologia i els mitjans de comunicació molt abans que els seus germans i germanes grans; ells no *fan servir* la tecnologia, la viuen; és part del seu món.¹⁷

(2) *Vida en «modo multitasca»*

Els éssers humans són multitasca. Les generacions anteriors començaven a tenir consciència de ser bons fent diverses coses alhora, però la *iGeneration* és la reina multitasca; ells i elles poden fer jocs malabars que es pensaven humanament impossibles. Ells i elles dominen aquest art i això els permet estudiar, mirar la televisió, enviar missatges de text, escoltar música, navegar per la web, xatejar en Facebook, veure vídeos de YouTube, i tot alhora! En realitat, pensen que no poden fer una sola tasca sense que sigui mortalment avorrit. Fer una sola cosa és massa lent i massa tranquil i massa restrictiu.

(3) *Tot comunicació...*

Encara que sembli que els monosíl·labs predominen en la conversa amb els adults, especialment durant l'adolescència, la comunicació és un element clau en la seva vida diària, tot i que les seves preferències i estils són dramàticament diferents dels

¹⁷ LARRY D. ROSEN, *Me, My Space and I: Parenting the Net Generation*, Palgrave Macmillan, New York 2007.

d'unes altres generacions. El correu electrònic és per a ells quasi una eina oblidada excepte per comunicar-se amb aquelles poques persones grans que no dominen les eines més immediates. Els telèfons han passat de ser un mitjà per "parlar" a ser una eina per a moltes altres coses (quasi excepte per parlar): missatgeria de text, accés a xarxes socials, videoconferència, jocs, etc. Noves aplicacions per mòbils es presenten mensualment, moltes d'elles són eines només per connectar i totes elles ofereixen per defecte la possibilitat d'executar-les en el marc d'una comunitat d'usuaris.

Els estudiants universitaris Generació Net i els seus homòlegs iGen més joves es senten obligats a comunicar i fer-lo amb el més gran nombre possible de persones alhora. La comunicació els defineix fins el punt que dues terceres parts dels adolescents diuen que el seu mòbil és la seva tecnologia més essencial, un mitjà "per la seva vida social". De fet, després de la seva roba, el seu mòbil personalitzat és allò que representa millor el seu estatus social.

(4) Creadores i creatius

Què fa tan atractives les xarxes socials? En primer lloc, reuneixen en una mateixa plaça milions de persones disponibles per interactuar socialment. La mediació de la pantalla els permet ser més sociables. Els preadolescents i els adolescents es senten menys tímids en línia que en el món real i amb més capacitat per socialitzar; els desinhibeix i els anima a ser més directes i comunicatius. En segon lloc, els adolescents i joves troben a les xarxes socials tots els recursos que els calen: eines i continguts. Fan tot *on-line*, allà hi són i allà gaudeixen; xategen, juguen, naveguen, escolten i descarreguen música, miren les seves series preferides, s'informen sobre els esdeveniments mundials i també creen i comparteixen

contingut: dissenyen pàgines web, blogs, fan vídeos de YouTube, creen art, comparteixen fotos, creen les seves pròpies samarretes, posteen els seus pensaments, registren i distribueixen tons de mòbil i envien les seves reflexions a tota la seva àmplia llista d'amics.

(5) personalitats úniques i peculiars

Diferents dels seus germans i germanes més grans, dels seus progenitors i dels seus mestres, presenten característiques específiques en molts aspectes rellevants per l'educació.

a. Motivació

La Generació-i està motivada pel reforç positiu... i molt! No els satisfà l'obtenció de premis al final d'un projecte, suficient pels membres de les generacions anteriors. Els cal sentir-se valorats i sentir sovint que estan fent una bona feina. Els videojoc són tan atractius perquè no es cansen mai de proporcionar un reforç immediat i constant per avançar en el joc, igual que el càstig quan el jugador no aconsegueix passar de nivell o perd i ha de començar de nou.

b. Família

Per les generacions més joves la família constitueix un valor i el temps passat en família els fa sentir-se feliços. Els seus germans grans es van allunyar dels seus pares, però ells romanen a prop. Els seus pares i mares són per molts d'ells un model vàlid. Qualsevol estratègia educativa que involucri els progenitors en el procés, els farà més feliços.

c. Confiança

Els joves exhalen un aire de seguretat que supera la de qualsevol altra generació anterior. Molts d'ells confien assolir els seus objectius professionals. La confiança els fa esdevenir principiants actius sempre que l'entorn d'aprenentatge sigui estimulants i interessant.

d. Apertura al canvi

Investigacions recents han demostrat que les persones més joves estan més obertes al canvi i l'auto-millora que les generacions anteriors. Els valors de la generació més jove canvien, com ho demostra la forma en que absorbeixen qualsevol innovació a gran velocitat: anhelan la novetat. Hem de trobar la manera d'alimentar aquesta fam, d'encendre el seu interès en l'aprenentatge en lloc d'apagar-lo amb conferències i materials avorrits.

e. Reflexió col·lectiva

No és estrany, donat l'auge de les xarxes socials, blogs, wikis i podcasts, que la generació més jove gaudeixi dels aspectes socials de la creació de continguts.

Hi ha moltes eines per aconseguir-lo i encara calen més formes noves de connectar amb els seus iguals, més enllà de la seva escola, fins i tot a nivell mundial per millorar la col·laboració a llarga distància.

Els encanta el fet de poder tenir "amics" al món sencer. Possibilitar que comparteixin i discuteixin temes amb persones de diferents cultures els resulta més divertit, interessant i valuós en l'economia global d'avui.

f. Immediatesa

Vull tot i el vull ara! podria ser el mantra de la Generació-i. Les seves eines impulsen la informació i la comunicació ràpidament i els adolescents esperen que aquestes tecnologies funcionin d'aquesta manera. Algú escriu al seu mur de Facebook i tots els altres ho saben immediatament; al mateix instant són convidats -no, obligats- a fer clic a l'enllaç i comentar-lo el més aviat possible. Totes les noves tecnologies els exhorten a respondre ara. Es mouen tan ràpidament que les paraules s'escurcen i frases senceres esdevenen sigles per permetre una resposta ràpida. Estan connectats a un món de foc ràpid i es mouen per ell a màxima velocitat. Si un lloc web triga més d'uns segons en carregar-se, se'n van ràpidament a un altre enllaç. Si un amic triga massa a respondre a un missatge instantani, s'indignen.

La seva necessitat de velocitat i immediatesa pot ser una característica positiva de gran valor en l'àmbit educatiu. Al cap i a la fi, nosaltres anomenem "motivació" al fet que ells i elles *vulguin* aprendre quelcom ara mateix.

2. La nostra missió

*Ja no us dic servents, perquè el servent
no sap què fa el seu amo. A vosaltres us
he dit amics perquè us he fet conèixer tot
allò que he sentit del meu Pare.*

(Jn 15,15)

La nostra mirada al món ha servit per descriure el context de la nostra acció quotidiana; una activitat que definim, en primera instància, com *acció educativa*. Ara és el moment de dir que, per a la Fundació Educativa la Mercè, *l'acció educativa és pastoral*.

S'anomena *pastoral*, en general, a la acció de l'Església en el món per la realització de la seva missió¹⁸; una missió que pot definir-se amb múltiples i variats termes, com a continuació de la missió de Jesús, és a dir, com a anunci de la Bona Notícia de Déu, com a extensió del Regne de Déu (Mc 1,14-15).

L'acció educativa que portem a terme és acció pastoral perquè les opcions amb que afrontem la nostra tasca, els valors que transpira la nostra acció i els objectius que ens proposem (el nostre *Caràcter Propi*), es troben en consonància amb la força i l'esperança que van guiar tota la vida i mort de Jesús. Ell la va anomenat *Regne de Déu* i és, afortunadament, una realitat tan àmplia, polièdrica i esmunyedissa que ningú pot definir completament sense perdre molts dels seus matisos. Una realitat tan enigmàtica, transformadora i tan profundament humana que només admet una aproximació en paràboles, que convida sempre a passar del concepte a l'experiència.

Tota la nostra acció és acció pastoral. En tots els nostres moviments, relacions i opcions es transmet (o no) el Regne de Déu. Aquest és el criteri fonamental. I totes les persones que interactuem a l'escola som agents i destinataris d'aquesta realitat dinàmica i dinamitzadora que creix entre nosaltres, que fem créixer i ens fa créixer.

2.1. Què (Proposta Educativa)

El marc de referència principal per definir la nostra acció es troba formulat en el document que coneixem com *Caràcter propi dels nostres centres*. En ell expressem, en primer lloc,

¹⁸ Diócesis de Vitoria
(<http://www.diocesisvitoria.org/defaultcont.php?idmodel=15&idtipuscontenido=119>)

quines són les opcions fonamentals de les nostres escoles. Elles són el nostre horitzó utòpic, el nostre somni i estímul; elles expressen la nostra fe i dibuixen la identitat que ens defineix com a comunitat educativa i com a proposta de societat. Les nostres *opcions fonamentals* representen la nostra traducció familiar de l'Evangelí; és això, precisament, allò que anomenem *carisma*.

Podem **r e f o r m u l a r** cadascuna d'aquestes opcions com a interpretació pedagògica; i podem també referir cadascuna d'elles als principis bíblics, evangèlics i mercedaris que les sostenen i fonamenten.

☆Educar és valorar cada persona, independentment de la seva ètnia, credo, ideologia, posició social, capacitat adquisitiva o qualitats personals.

Déu digué: «Fem l'ésser humà a imatge nostra, semblant a nosaltres, i que sotmeti els peixos del mar, els ocells del cel, el bestiar, i tota la terra amb les bestioles que s'hi arrosseguen.» Déu va crear l'ésser humà a imatge seva, el va crear a imatge de Déu, creà l'home i la dona. (Gènesi 1,26-27)

Ja no hi ha jueu ni grec, esclau ni lliure, home ni dona: tots sou un de sol en Jesucrist. (Gàlates 3,28)

La concepció de l'ésser humà com a *imago Dei*, ha inspirat durant tota la història del cristianisme la implicació de molts creients en totes les causes per la dignitat: l'abolició de l'esclavitud, el sufragi femení, l'abolició de la pena de mort... Continua actualment sent el fonament del nostre compromís amb els Drets Humans.

☆Educar és servir a la societat afavorint la igualtat d'oportunitats.

El Fill de l'home, que no ha vingut a ser servit, sinó a servir i a donar la seva vida com a rescate per tothom. (Marc 10,45)

"Cercant el bé dels nostres semblants, trobem el nostre" (Plató)

Des de l'antiguitat clàssica i la teologia escolàstica, la doctrina del *bé comú* ha inspirat la doctrina social de l'Església i el compromís polític dels cristians, actualitzant en la vida social la vocació de servei inherent al seguiment de Jesús.

☆Educar és proporcionar experiències humanitzadores i de creixement personal.

Per això us dic: No us preocupeu per la vostra vida, pensant què menjareu o què beureu, ni pel vostre cos, pensant com us vestireu. ¿No val més la vida que el menjar, i el cos més que el vestit? Mireu els ocells del cel: no sembren, ni seguen, ni recullen en graners, i el vostre Pare celestial els alimenta. ¿No valeu més vosaltres que no pas ells? [...] Per tant, no us preocupeu, pensant què menjareu, o què beureu, o com us vestireu. Tot això, els qui no creuen ho busquen amb neguit, però el vostre Pare celestial ja sap prou que en teniu necessitat. Vosaltres, busqueu primer el Regne de Déu i la seva justícia i tot això us ho donarà de més a més. [...] Cada dia en té prou amb els seus maldecaps. (Mateu 6,25)

La proposta d'ésser humà que brolla de l'evangeli no es pot confondre amb les coses, amb els béns que constitueixen una mediació per a la vida i no un fi en sí mateixos.

El mestre de la Llei, amb ganes de justificar-se, preguntà a Jesús: Qui és el meu proïsme? [...] Quin d'aquests tres et sembla que es va comportar com a proïsme de l'home que va caure en mans dels bandolers?» Ell respongué: «El qui el va tractar amb amor.» Llavors Jesús li digué: «Vés, i tu fes igual.» (Lluc 10,25-37)

D'acord amb la nostra experiència pedagògica, la nostra tradició sap que l'autèntic aprenentatge significatiu és aquell que afecta a allò viscut, allò experimentat en primera persona.

☆Educar és una acció col·lectiva, recíproca i integradora.

Qui vulgui ser primer, que es faci l'esclau de tots (Marc 10,44)

Tota la comunitat és educadora. Tots els membres de la comunitat estan disposats a aprendre dels altres, perquè cada persona és capaç d'ajudar a créixer a una altra persona.

☆Educar és abonar les arrels comunitàries, culturals i identitàries.

Aneu a tots els pobles i feu-los deixebles meus [...]. Jo sóc amb vosaltres dia rere dia fins a la fi del món. (Mateu 28,1)

La construcció de la pròpia identitat requereix assumir les relacions de pertinença (territori, gènere, classe, generació, família) i les funcions o rols a exercir. Es tracta d'un procés

permanent que conjuga sempre la condició binària indispensable: local i global.

☆Educar és formar persones lliures:

Crist ens ha alliberat perquè siguem lliures. Així, doncs, manteniu-vos fermes i no us deixeu sotmetre altra vegada al jou de l'esclavatge! (Gàlates 5,1)

L'objectiu de l'educació no és ensinistrar éssers humans que augmentin en PIB

☆Que comprenen amb claredat i autenticitat el més alt concepte de la llibertat.

Tingueu els mateixos sentiments que tingué el messies Jesús: Ell, que era de condició divina, no es volgué guardar gelosament la seva igualtat amb Déu, sinó que es va fer no res: prengué la condició d'esclau i es féu semblant als homes. Tingut per un home qualsevol, (Filipencs 2,5)

Vosaltres, germans, heu estat cridats a la llibertat. Però mireu que aquesta llibertat no sigui un pretext per a satisfer els desigs terrenals. Més aviat, per l'amor, feu-vos servents els uns dels altres (Gàlates 5,13)

☆Que saben fer un bon ús de la seva llibertat.

Jo, que no era esclau de ningú, m'he fet esclau de tots per guanyar-ne tants com pugui (1 Corintis 9,19)

☆Que respecten la llibertat dels altres.

Qui sap si Onèsim es va separar un moment de tu perquè ara el recobris per sempre! I no ja com un esclau, sinó molt més que això: com un germà estimat. Ho és moltíssim per a mi, però molt més ho ha de ser per a tu, com a home i com a cristià. (Filemó 1,15-16)

☆Que promouen totes les causes de l'alliberament.

...on hi ha l'Esperit del Senyor, hi ha la llibertat (2 Corintis 3,17)

Paradoxalment, avui hi ha més persones esclaves al món que en qualsevol altre moment de la història. S'estima que uns 27 milions de dones, nenes, nens i homes són explotats en treballs forçats i tràfic sexual.

☆Que es comprometen amb l'esperança d'un futur sense discriminació.

Jo penso que els sofriments del món present no són res comparats amb la glòria que s'ha de revelar en nosaltres. Perquè l'univers creat espera amb impaciència que la glòria dels fills de Déu es reveli plenament: l'univers creat es troba sotmès al fracàs, no de grat, sinó perquè algú l'hi ha sotmès, però manté l'esperança que també ell serà alliberat de l'esclavatge de la corrupció i obtindrà la llibertat i la glòria dels fills de Déu. Sabem prou bé que fins ara tot l'univers creat gemega i sofreix dolors de part. I no solament ell; també nosaltres, que posseïm l'Esperit com a primícies del que vindrà, gemeguem dins nostre anhelant de ser plenament fills, el nostre propi alliberament. (Romans 8,18-23)

Nosaltres, tal com ell ens ha promès, esperem un cel nou i una terra nova, on regnarà la justícia (2 Pere 3,13)

Després vaig veure un cel nou i una terra nova. El cel i la terra d'abans havien desaparegut, i de mar ja no n'hi havia.[...] I vaig sentir una veu forta que proclamava des del tron: «Aquest és el tabernacle on Déu habitarà amb els homes. Ells seran el seu

poble i el seu Déu serà "Déu que és amb ells". *Eixugarà totes les llàgrimes* dels seus ulls, i no existirà més la mort, ni dol, ni crits, ni sofriment. Perquè les coses d'abans han passat. (Apocalipsi 21,1-4)

2.2. Com (Metodologia)

Punt de partida

Vint segles de cristianisme han modelat de moltes maners les cultures del Sud d'Europa: la pintura, la música, l'arquitectura, els valors, el cinema, les festes..., però som conscients que la societat en que vivim no és una societat religiosa, ni una societat cristiana. Moltes de les famílies que participen a la nostres escoles es van desvincular fa temps de les pràctiques religioses catòliques i, per moltes persones de la nostra comunitat educativa, l'espiritualitat, la fe i la vivència comunitària és una experiència llunyana, fins i desconeguda.

Assumim la pastoral dels nostres centres com una tasca missionera, que posa en marxa processos sense donar per fet aprenentatges i nivells de maduració no constatats. Des d'aquest punt de vista, l'evangeli té l'oportunitat de tornar a ser una *Bona Nova*: ideal, invitació, proposta, desafiament... per nens i nenes, adolescents i joves i per tota la comunitat educativa.

La Bona Notícia que la nostra escola vol transmetre no és només un missatge, no és només per ser dita, sinó per ser viscuda, per convertir-se en experiència. Però... com pren cos a la nostra escola? En tots els nivells: l'organització i les persones.

(1) *Com a institució*



Si la nostra escola fos un pastís, la Bona Notícia, l'Evangelí, o la pastoral, no s'hauria d'identificar amb la guinda que "decora" sinó amb l'almívar que l'impregna tot, el suavitza, l'emborratxa... i arriba a allò més profund.

Per això, el primer pas suposa que els valors que proclamen¹⁹ han de travessar tota la nostra escola com a organització, de manera que donin forma al currículum formal i al currículum no formal.

Formal	Assignatures específiques	Continguts integrats	Temes transversals (Drets Humans, Individu i Societat Educació cívica)
No formal	Activitats extraescolars (Projectes, visites, intercanvis, campanyes)	Ethos del centre (Ambient escolar) cultura organitzativa, lideratge informal, relacions, participació (aula, famílies, etc...) Coordinació educativa, planificació i avaluació, participació en la presa de decisions, serveis generals (administració, secretaria, porteria, menjador, atenció matinal, etc.)	
Informal	Curriculum ocult (Relacions entre iguals, relacions afectives, lleure, vida social, família)	Mitjans de comunicació (ídols, mites, estereotipus, publicitat, actuació dels polítics...)	

- Integrar els valors en els continguts
- Integrar en la programació competències específiques (emocional, existencial, alliberadora)
- Coordinació educativa, planificació i avaluació, participació en la presa de decisions, serveis generals (administració, secretaria, porteria, menjador, atenció matinal, etc.)

¹⁹ Llibertat, confiança, responsabilitat, tolerància, respecte, diàleg, compromís amb la pau, democràcia, cooperació, cordialitat, visió crítica, compassió, compromís transformador, apertura a la transcendència, fe.

Una escola que s'estructura i s'organitza a partir de la justícia i la misericòrdia, pressuposa la implicació dels equips directius i dels claustrs en la vivència i transmissió dels valors del caràcter propi, la preocupació per tal que els esmentats valors entrin a totes les programacions, en els continguts, en el desenvolupament i en l'avaluació i en tota la planificació del centre.

(2) *Las personas: posada en marcha de processos*

Per una altra banda, la tasca evangelitzadora no es conforma amb tasques organitzatives. La Bona Notícia de Jesús s'obre camí en el món mitjançant l'adhesió personal i la vivència comunitària; ambdues coses, i sempre entrelaçades, requereixen un llarg camí de testimoniatge i acompanyament.²⁰ Per això diem que l'evangelització és un procés, que la pastoral demana posar en marxa i acompanyar processos, personals i grupals. Per això diem que la pastoral no pot identificar-se només amb les activitats explícitament religioses: ni amb la classe de religió, ni amb les celebracions i oracions que portem a terme periòdicament. Totes aquestes són activitats que troben el seu sentit i el seu lloc en algun moment del procés evangelitzador²¹, l'objectiu del qual és la formació de persones madures que viuen la seva vida amb sentit, com a resposta

²⁰ «La acción pastoral de la Iglesia que acompaña a la persona humana hacia esta adhesión personal y existencial es lo que denominamos evangelización» (RAMÓN PRAT I PONS, *Tratado de Teología Pastoral. Compartir la alegría de la fe*, Salamanca 1995, 2ª edición, pàg. 90).

²¹ «La evangelización es un paso complejo con elementos variados: renovación de la humanidad, testimonio, anuncio explícito, adhesión del corazón, entrada en la comunidad, acogida de los signos, iniciativas de apostolado. Estos elementos pueden ser contrastantes, incluso exclusivas. Son, en realidad, complementarios y mutuamente enriquecedores. Es necesario mirar siempre cada uno de ellos integrado con los otros» *Evangelii Nuntiandi*, 24 (1975).

vocacional al servei del Regne. Busquem una forma de suscitar i compartir la fe, una forma d'acompanyar un altre com a persona que creix i que cerca el sentit de la seva vida, tot oferint-li Jesús i el seu evangeli com a resposta als seus interrogants.²²

El procés evangelitzador s'amalgama, es solapa, s'entrellaça i es produeix simultàniament al propi procés de creixement i maduració de cada persona. Un procés de creixement que necessita anar responent progressivament a totes les seves necessitats. Un procés de maduració/personalització que condueix al desenvolupament de les relacions interpersonals, la solidaritat, la interdependència i la crítica creadora.

Un procés que podem expressar en el quadre següent:

Pre-evangelització	Evangelització	Vers la comunitat
Educació en Valores	Identificació dels valors evangèlics i adhesió a la persona Jesús.	Experiència de seguiment de Jesús en grup.
<ul style="list-style-type: none"> • Posar en pràctica i educar en els valors necessaris pel desenvolupament personal i per construir una societat més justa i més humana. • Possibilitar el descobriment de la identitat personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suscitar interrogants i proposar espais per trobar la resposta evangèlica. • Estimular l'experiència de ser estimat, únic i irreplicable als ulls de Déu. • Facilitar l'encontre amb la persona de Jesús. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferir acompanyament en la vivència de les experiències bàsiques de la fe cristiana. • Crear espais de comunicació, reflexió compartida, i compromís transformador.
• Comunicació	• Testimoniatge	• Acompanyament

²² Inspirat a *La pastoral en Jesús-María*, 34.

Tot tenint sempre present:

1. La **Interdependència** de les diferents parts del procés: el primer anunci i l'acompanyament requereixen una preparació antropològica prèvia. La pre-evangelització és el substrat, pacte de comunió i cooperació per respondre a les necessitats de les persones, la societat i el dinamisme alliberador humà. La confusió porta a catequitzar persones que no han estat evangelitzades prèviament: edificar en fals, sense fonament²³.
2. Partim **de la realitat** de les persones a les que s'adreça el nostre anunci, de les seves necessitats, les seves experiències, les seves possibilitats, els seus condicionaments, els seus potencials... tot formulant ofertes diferents per cada context i cada grup.
3. La **fidelitat als continguts** del missatge exigeix certes actituds personals en l'acompanyament de les persones, en el dia a dia de l'acció pastoral: acceptació incondicional de l'altre, tolerància, paciència, capacitat d'escolta, capacitat d'avançar en el diàleg, proximitat, confiança, gratuïtat, empatia (capacitat de copsar el que diu i el que vol dir).
4. La fidelitat ens impulsa a traduir la proposta de Jesús **en un llenguatge nou** que interroga i provoca: simbòlic, narratiu, experiencial (que posa en primer terme el testimoniatge), creatiu, holístic.
5. L'omnipresència de l'horitzó utòpic de la Mercè. Els elements irrenunciables de **la llibertat** com objectiu i **la justícia** com a prioritat²⁴, valors evangèlics de la nostra tradició que ens il·luminen en el compromís assistencial

²³ R. Prat, 97.

²⁴ La justícia com a contingut de l'evangelització i com a mediació necessària. L'evangelització (anunci explícit del Regne de Déu) no es confon amb la lluita per l'alliberament, però tampoc es separa d'ella (cf. R. Prat, 107-109)

i estructural, sota l'esperança d'una transformació de les condicions que facin possible el desenvolupament de tota la persona i de totes les persones.

6. La necessitat de la *planificació i avaluació*; de preguntar-se per les necessitats existents, els objectius abastables, els mitjans emprats i les accions; d'analitzar críticament els processos viscuts, els llenguatges emprats, l'actuació dels agents de pastoral; de valorar els assoliments per fer propostes alternatives de la nostra pre-evangelització, evangelització i vida de fe. Una forma més d'avaluar la nostra acció és la constatació dels resultats que la pròpia acció produeix en el interior dels agents de pastoral. Solidaritat, alegria i pau són els fruits de l'esperit que testimonien una realització correcta del compromís cristià.

2.3. Qui (Perfil)

La tasca fonamental dels/de les agents de pastoral, des del punt de vista educatiu, consisteix en col·laborar amb els propis joves per esdevenir la millor versió possible de si mateixos, respectant-los en la seva originalitat, oferint-los l'evangeli de Jesús com a horitzó per la seva realització personal, convençuts que pot aportar a l'existència humana un sentit i una plenitud insuperables...²⁵

Suposa i exigeix afrontar el camí amb una "adequació interior apropiada i equipament suficient"²⁶. Anomenem "equipament" a les actituds que permetin una acció pastoral realista, solidaria, positiva, compromesa, educativa, creient, serena, constant i

²⁵ Pedro José Gómez Serrano, «El agente de pastoral juvenil vocacional» Suplemento de Vida Nueva Con Él, 2013.

²⁶ R. Prat, 188-203.

autorrealitzadora. Amb la consciència que, sent molt importants les accions que portem a terme, el resultat de la nostra acció pastoral depèn de les actituds que transmetem. Diem “adequació interior” a la pròpia experiència del procés i resultat de l’evangelització, sabent que totes les persones ens trobem sempre en un procés de maduració constant i que no existeix cap “agent ideal de pastoral”; tots i totes estem convidats a recórrer aquest camí:

- ***Solidesa interior*** i capacitat de resposta als desafiaments que provenen d’haver situat en la pròpia existència les grans preguntes internes: Qui sóc jo per a mi mateix/a, pels altres, per la comunitat cristiana?
- ***Experiència personal*** joiosa i alliberadora de la fe, experiència de la seva fascinació, bellesa i fecunditat²⁷
- ***Espiritualitat encarnada***, font de pau i de sentit: capacitat d’assumir la vida quotidiana a la llum de l’esperit de Jesús. Prenent consciència de les tensions inherents de la vida: tensió activitat-contemplació-silenci, que implica assumir la limitació, allò inútil i allò inevitable, dialèctica entre la utopia universal (els cels nous i la terra nova) i la utopia personal (l’home i la dona nous configurats segons la justícia i l’amor), eficàcia i gratuïtat, transformació operativa i fracàs, etc.
- Vida cristiana consistent, ***madura*** relació fe i vida: vivència, expressió en gestos i paraules, compartir i celebració
- ***Consciència del món*** en que vivim. El coneixement de les coordenades antropològiques en les que portem a terme la nostra acció ens fa realistes, coneixedors i

²⁷ LOIS, Julio: "Consideraciones para una teoría de la comunicación y transmisión de la fe", en *La transmisión de la fe en la sociedad actual. II Semana de Estudios de Teología Pastoral*. Verbo Divino. Instituto Superior de Pastoral, Madrid, 1991, pp. 249-250.

estimadors de la realitat i les seves estructures socials, polítiques, econòmiques i culturals. El coneixement de la realitat i els seus dinamismes ajuda a superar el fatalisme i la ingenuïtat, a defensar les persones de les manipulacions, a descobrir la necessitat d'arrelament en els moviments col·lectius d'alliberament, a potenciar elements de canvi i solidaritat, a obrir possibilitats de transformació, a optar clarament pels marginats, pobres, i oprimits com a crida de l'Esperit.

- Solidaris/ies: el *sentit comunitari* i corresponsable reforça les nostres opcions personals, ofereix referències per l'autocrítica.
- Partir del que som, la mirada honesta a la nostra pròpia *realitat* personal i grupal, obre la única possibilitat veritable de creixement.
- Capacitat d'*acompanyament* suposa evitar algunes actituds (superficialitat, frivolitat, afany de poder, abstracció i teorització excessives, manipulació, paternalisme, etc.) i potenciar unes altres (tolerància, cordialitat, capacitat d'escolta, acceptació, humilitat...)
- La necessitat d'*inculturar la fe*, partint de la situació de cada persona i el seu context, ens impulsa a trobar nous llenguatges per traduir el missatge evangèlic amb les categories intel·lectuals i vitals de les persones a qui va dirigit.
- Valorar els objectius i les actituds més que les mediacions (accions concretes). Si perdem de vista aquests elements fonamentals les accions passen a ocupar el lloc dels objectius i, a la llarga, deixen de tenir sentit o esdevenen una càrrega que suportem sense alegria.
- Assumir la pròpia *vocació* ens capacita per acompanyar en el discerniment d'una pregunta existencial pel creient: Què vol Déu per a mi? El descobriment i

desenvolupament de la pròpia vocació implica l'harmonització dels tres moviments de presa de consciència: 1. de les pròpies capacitats i aptituds, dels "talents" que Déu m'ha donat pel bé comú; 2. de les preferències o disposicions personals i 3. de les necessitats del món i/o de l'església que em motiven i m'il·luminen.

- Interès per una formació especialitzada, actualitzada i permanent.

2.4. Per a qui (destinatari/es)

Els alumnes dels nostres centres són els primers destinataris de la pastoral. A cada un d'ells i elles s'adreça el nostre anunci de la Bona Notícia de Jesús i la nostra proposta pro-vocació tenint en compte la seva realitat concreta, les capacitats i necessitats del seu respectiu moment de desenvolupament, les característiques i necessitats individuals, marcades per la seva pròpia biografia. A cada etapa s'adapten els continguts i les experiències d'aprenentatge proposades (activitats, recursos i materials didàctics).

La tasca evangelitzadora no acaba amb l'escolarització. La pastoral representa un compromís de referència i acompanyament que perdura i tendeix a aglutinar una comunitat d'*exalumnes* activa, compromesa, festiva e inserta en la comunitat cristiana.

També les *famílies* poden i han d'experimentar la tasca evangelitzadora de la nostra escola: en el tracte personal que experimenten en el dia a dia, en l'atenció educativa que reben els seus fills i filles i, especialment, aquells amb més necessitats; en les opcions del centre que transmeten els seus

valors profunds; en les celebracions i activitats obertes en les que poden aportar la seva experiència i testimoniatge.

La FEM té també una responsabilitat evangelitzadora amb els *claustres* i totes les persones adultes que desenvolupen el projecte educatiu.

Compta amb tres àmbits fonamentals per desenvolupar aquesta tasca:

- Les **relacions** laborals i personals, el clima de treball i l'entorn professional ha de ser coherents amb els valors anunciats.
- La fundació té la responsabilitat de facilitar a totes les persones que desenvolupen la seva tasca educadora la **formació** necessària per a comprendre de forma adient el missatge cristià.
- La fundació ha de trobar la manera de proposar **experiències** significatives: descobriment de Jesucrist i el seu evangeli com a sentit de la vida, acompanyament, celebració i compromís.