

Contextualización histórica del Sector Comunicación en la Compañía de Jesús de América Latina y el Caribe

José Martínez de Toda, S.J.
V Encuentro de Comunicación SJ ALC
Guadalajara, México
(2 agosto 2011)

Nos hemos reunido con toda ilusión para evaluar, analizar el presente y preparar el futuro de la Comunicación SJ en América Latina y el Caribe. (Notemos que el Encuentro no es sólo de Coordinadores Provinciales de Comunicación, sino también de Obras y Redes interprovinciales de comunicación, etc.).

Es una reunión de amigas y amigos en el Señor, unidos en un cuerpo apostólico. Como hijos de Dios le encomendamos el trabajo a realizar, conversamos con Él y le confiamos nuestra esperanza de sacar provecho de esta reunión. Es decir, hacemos un discernimiento orante.

Nos encontramos en una época de cambio, cambio que se da también en muchos aspectos de la comunicación.

Por eso convendría, en primer lugar, echar una mirada atrás y ver nuestro pasado, ver nuestro presente, y así veremos el cambio y lo que se nos avecina.

1 - Nuestro Pasado

Este V Encuentro es parte de un largo camino, que comenzó hace ya casi medio siglo. En la década del 1970 el uruguayo Manuel Olivera, S.J., nos tenía organizados alrededor de SERPAL (Servicio Radiofónico Para América Latina) con los medios grupales, que era al mismo tiempo UNDA-AL (Asociación de Radio y TV de América Latina), y nos reunía todos los años.

Al mismo tiempo Stephan Bamberger, S.J., había recibido el encargo del General, Pedro Arrupe, S.J., de ver qué hacer en la Compañía de Jesús en el área de la comunicación. Después de varias reuniones de consulta en todo el mundo, también en América Latina, planteó tres cosas, que Arrupe implementó inmediatamente: la fundación de JESCOM en Roma para toda la Compañía, la fundación del CSCC (*Centre for the Study of Communication and Culture*) en Londres y la fundación del CICS (*Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale*) en la Gregoriana.

Por su parte desde 1979 los comunicadores jesuitas de América Latina coincidían en las reuniones internacionales de UNDA, OCIC (Oficina Católica Internacional de Cine) integradas ahora en SIGNIS. Aprovechando esas reuniones internacionales, los jesuitas habían pedido sistemática y periódicamente que las Provincias tuvieran un Plan de Formación en Comunicación Social. Apenas fundada la CPAL en 1999 su Presidente, P. Francisco Yvern, pide la elaboración de ese documento. Gracias a Dios se pudo presentar dicho Plan diez años más tarde en el libro *Disponer la vida para la Misión* (CPAL, 2009, pp. 67-100), precisamente durante el pasado IV Encuentro de Coordinadores de hace dos años (2009) en

Bogotá, donde coincidimos varios de nosotros.

Simultáneamente se había elaborado el Proyecto Comunicacional Común (Proyecto Com Com), más bien teórico, que indicaba la comunicación que queríamos, y que sirvió para programar y evaluar la comunicación en dicho Encuentro en Bogotá en 2009.

En ese IV Encuentro se eligieron tres Opciones con sus Líneas de Acción: formación para la comunicación, comunicación para la fe-justicia y mejora de nuestra comunicación.

¿Qué retrocesos y avances ha habido desde nuestro IV Encuentro?

Entre los retrocesos o puntos débiles se puede indicar:

- Cierta estancamiento en la comunicación en algunas provincias, a veces por ausencia de un Coordinador Provincial de Comunicación.
- Disminución o ausencia de símbolos que identifican a jesuitas, colaboradores y obras jesuitas, como cristianos católicos e ignacianos.

Entre los avances se pueden señalar:

- Siguiendo la experiencia exitosa de México, se recomendaron las Comisiones Provinciales de Comunicación en el Proyecto Comunicacional Común (PCC), y surgieron varias Comisiones. Algunas no han madurado, otras han desaparecido. Parecerá que les faltaría dar el segundo paso: ¿Qué hacer? (En este Encuentro se trata de responder a esto con algún Proyecto).
- Se ha constituido la Red de Radios confiadas a la Compañía de Jesús
- Red Digital SJ de América Latina y el Caribe con unas 400 webs. ¿Qué podemos hacer con tanta web? Europa pide que la CPAL participe en la Reunión Digital SJ Europea, adonde también asisten jesuitas de EE.UU., Canadá y Australia.
- Se ha constituido la Red de Editoriales de AUSJAL
- El Delegado de Comunicación de la CPAL forma parte del "Board of Advisors" del General en Roma.
- Hay más participación de provincias en este V Encuentro (Participan todas menos Perú)
- Se han tenido audioconferencias mensuales de redes, como EduTIC y Homólogos de Comunicación (AUSJAL) con participación del Delegado y Asistente del Delegado de CPAL.
- La Gregoriana nos pide elaborar un curso online sobre 'Comunicación Ignaciana'.
- Se pide al Sector Comunicación de la CPAL elaborar propuestas para difundir el PAC.
- Los escolares comunicadores tienen su Facebook.
- Hay nuevas radios (UIV, etc), nuevas escuelas de comunicación (AUSJAL)
- El SJR abre su Departamento de Comunicación.

- El Estudio de Video Roque González de Santa Cruz', con sede en Argentina, hace producciones sobre la historia de la Compañía de Jesús en Chile, Brasil, Bolivia, México, etc.

2 - Nuestro Presente

Hoy día el sector se halla en un momento de revitalización por los cambios que están ocurriendo en algunas de sus Provincias: hay nuevos Planes Apostólicos, nuevos Provinciales, nuevos Coordinadores de Comunicación con nuevas Comisiones Provinciales de Comunicación, y tres nuevos desafíos: el PAC, el entorno digital y la intersectorialidad.

1) Las seis prioridades del PAC (Proyecto Apostólico Común) con sus objetivos y líneas de acción, recién aprobado por el P. General. El Equipo Ejecutivo de la CPAL nos ha pedido difundirlo ampliamente para poder implementarlo a nivel provincial e interprovincial.

Pero el PAC nos pide también unirnos más en redes interprovinciales, trabajando como cuerpo apostólico.

2) El creciente entorno digital.

Internet no es un medio más. Es una infraestructura sobre la que se construyen medios de comunicación (incluyendo chats, messengers, skypes, TV o radio), y medios sociales, como blogs, redes (Facebook, Twitter...), microblogging, wikis, etc.

El entorno digital es ya más importante que los medios tradicionales (prensa, cine, Radio y TV). Tiene una comunicación muy distinta de la comunicación masiva de los medios tradicionales. He aquí algunas de sus diferencias:

Es una comunicación 2.0 de ida y vuelta entre emisor y receptor, consumidores que ahora se llaman 'prosumer', porque producen y consumen mucho más involucrados y apasionados; es 'interpersonal' promoviendo personalidades y relaciones sin tanto slogan ni logotipo; es 'pública' sin intimidad en vivo y en directo; es 'global' de un lado al otro del planeta y conservando a mano todo a lo largo del tiempo; y es 'operativa' reclamando reacción.

Ya no hablamos de públicos ni de audiencias, sino de 'comunidades' de personas con nombre y apellido; ya no hablamos de imagen pública o de marca sino de 'etiquetas' de contenido que logran posicionamiento óptimo en los buscadores; ya no nos preocupamos por la caducidad y fugacidad del mensaje de la radio, TV y prensa, sino que los podemos 'almacenar' siempre a nuestra disposición; ya no hablamos de impactos sino de 'contactos'. La comunicación 2.0 es más humana.

El Papa nos da ejemplo. Ya comienza a aparecer en algunos Proyectos jesuitas, como el BCL y el de España. Los obispos del Brasil, entusiasmados por el Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales (PCCS) acaban de tener su Primer Congreso de Comunicación, precisamente dedicado a esta cultura digital. El próximo Congreso del PCCS será en octubre en Chile, también sobre la cultura digital.

El entorno digital tiene ventajas y riesgos. Por eso, con respecto a él, hay prejuicios, temores ante la falta de formación, falta de criterios, miedo a lo

desconocido, sospecha ante lo público. Hay presión contra la expresión pública, miedo al protagonismo vs el exhibicionismo inmaduro. El futuro es de los transparentes.

Por parte de la Compañía de Jesús falta una estrategia institucional en torno a lo digital, dedicando una persona cualificada a ello.

La estrategia podría partir de nuestra Curia SJ de Roma, pero la iniciativa podría arrancar también en las Provincias, de forma que se fuera extendiendo a otras más.

En alguna Provincia se propone crear la "Comunidad Virtual de Educadores Cristianos".

3) Se da el fenómeno de la 'intersectorialidad', pues muchas obras de comunicación pertenecen a otros sectores: educativo, social, etc. La comunicación es eminentemente dimensional, presente en todos los sectores.

La Comunicación no es un sector apostólico, sino un componente obligado de todos los sectores apostólicos. La identidad de todo jesuita tiene una dimensión comunicacional. Todos somos comunicadores.

Curiosamente en el PAC "no se menciona sectores apostólicos específicos"... para que las prioridades del PAC permeen todas nuestras acciones. A ello se refiere el documento cuando se define como 'un proyecto común de carácter **transversal**': "la fecundidad de nuestro servicio –dice- dependerá, en buena medida, de la capacidad que tengamos para articular y colaborar entre las diferentes instancias apostólicas existentes en cada una de las Provincias y Regiones como a nivel de América Latina y el Caribe". Se trata de producir sinergias a nivel global y local y crecer como un único cuerpo apostólico. Así reza también la Oración Final (Ernesto Cavassa, Palabra de CPAL, 29 julio 2011).

¿Cómo trabajar en la transversalidad?

Hoy día es el momento de ver las fortalezas y debilidades a nuestro alrededor en el aspecto intersectorial.

He aquí las **debilidades del sector** comunicación a nivel interprovincial:

Hay otros sectores con redes históricas, de hace mucho tiempo. En Educación: AUSJAL, Fe y Alegría, FLACSI; en el Sector Social: las derivaciones de los CIAS en Centros Sociales, SJR-SJM...

Muchas de las obras actuales de comunicación pertenecen a otros sectores. Por ejemplo:

- La Red de Homólogos de comunicación aquí presente, la Red EduTIC y la Red de Editoriales universitarias pertenecientes a AUSJAL.
- En la Red de Radios SJ muchas son de Fe y Alegría (Educación) y del sector social.
- La Red digital SJ ALC está en todos los sectores
- La Red de Estudiantes Comunicadores está en Formación

En Sector de Educación (en su último Informe) pide reforzar su comunicación a nivel provincial y de provincias (como en Venezuela).

Pero, aunque pertenecen a varios sectores, tienen algo en común: la comunicación.

Y éstas son las **fortalezas** del sector comunicación a nivel interprovincial y provincial:

Tenemos algunas obras más exclusivamente de comunicación, como ‘Mirada Global’, de la CPAL

- Agencia Fides de Noticias (de Bolivia), que es algo provincial, no de CPAL. Es la única provincia jesuita en el mundo con Agencia de Noticias.
- Artículos de jesuitas, que aparecen en diversos periódicos.
- OPA (Oración Por el Arte)
- Las radios jesuitas son muy fuertes en Bolivia, en Venezuela...
- Televida, TV-Unisinos
- Varias Editoriales, que no son de AUSJAL, pero desunidas a nivel provincial e interprovincial.
- Varios Centros Audiovisuales, pero desunidos a nivel interprovincial.
- Curso online sobre “Comunicación Ignaciana” para la Gregoriana (En preparación)

Pero son obras aisladas.

Todas estas consideraciones están inspirando nuevos proyectos de comunicación, que se presentarán en este V Encuentro, y se espera se beneficien mutuamente.

3 - Lo que se nos avecina: este V Encuentro de Comunicación SJ

Los objetivos generales del Encuentro son:

1. Evaluar el cumplimiento de los compromisos del IV Encuentro de hace dos años. (Eso lo hará cada uno aprovechando la presentación actual del Proyecto de cada Provincia y Red).
2. Conocer los proyectos nuevos de comunicación de varias Provincias.
3. Reflexionar en cómo responder al PAC (Proyecto Apostólico Común) desde la comunicación.
4. Ver las redes sociales de Internet: sus ventajas y riesgos.
5. Proyectar el futuro interprovincial de nuestra comunicación en América Latina.

En el Encuentro se tratará de responder a preguntas como: ¿Qué aconsejar a los Provinciales y a sus Provincias (compañeros jesuitas y colaboradores) en el campo de la comunicación, más en concreto teniendo en cuenta la intersectorialidad, el PAC y el entorno digital?

Me alegro por la presencia especialmente de los jóvenes.

Una de las aspiraciones de los jóvenes jesuitas presentes en el pasado IV Encuentro de hace dos años (2009) fue conocer lo que se hacía en las diversas Provincias y Regiones en el área de la comunicación. Ésta es la gran oportunidad de que experimenten ese aspecto de la interprovincialidad. Es una especie de pasantía, en la que aportan, pero también aprenden de sus hermanos mayores. Ellos son la nueva generación que debe responder a los retos actuales. Su presencia en el IV

Encuentro pasado fue muy positiva. Y espero lo será en éste.

La dinámica del Encuentro comprende estos elementos:

- Cada uno va tomando nota de las propuestas que piensa deben estar en el documento final.
- Habrá un relator para cada día, que llevarán un poco el Acta del Encuentro.
- Tendremos reflexión grupal y en Asamblea sobre tres puntos: los Proyectos, el PAC y el entorno digital.
- Los secretarios de los grupos elaborarán tres Informes sobre esos tres puntos. Los informes serán presentados el último día a la Asamblea. Y de ahí nos dividiremos en grupos para hacer las propuestas, que irían en el documento final. Habrá una Comisión Redactora que recoja tales propuestas en el documento final.

El programa se hizo en consulta permanente con los interesados. De hecho los que más han participado han sido José A. Victoriano, como Asistente del Delegado de Comunicación de la CPAL, y Luis García Orso con la Comisión Provincial de México.

Pero el programa sigue abierto a los cambios que deseen hacer.

Si no se señalan cambios, se seguirá el Programa como se les envió en su última versión del 30 de julio de 2011.