



Comunicar para construir una comunidad global

Patrizia Morgante, educadora, consejera, facilitadora, actualmente responsable de la comunicación de la UISG.

Para quien como yo se ocupa de la comunicación social, la realidad es un lugar privilegiado para tomar notas e ideas creativas para su trabajo. Es como una obra siempre activa.

Hace algunos días estaba en un restaurante sentada en una mesa con unos amigos cuando oí un niño gritar y correr hacia sus padres con una mano sobre la frente y un objeto en la otra mano. Inmediatamente di por sentado que el niño había caído y se había hecho daño y la mano tapaba la sangre. Al llegar a la mamá, el niño llorando gritó “¡Se me ha roto la pantalla del móvil!”.

Imagino una sonrisa en vuestra cara, mezcla de hilaridad y preocupación al mismo tiempo; es lo que me sucedió a mí a y a mis amigos: nos quedamos sin palabras.

He empezado con esta anécdota por dos razones: La primera es que cuando queremos comunicar algo, lo mejor es contar una historia, el mejor lenguaje es el de la narración (#storytelling): ayuda a quien lee a identificarse y despierta, no solo la parte cognitiva, sino también la parte afectiva y corpórea; nuestra persona reacciona en la incerteza por simpatía y/o empatía.

¿Quién mejor que las religiosas puede contar tantas historias de cómo hoy un carisma se encarna en un contexto?

La segunda razón es reflexionar juntos: nosotros adultos hemos usado nuestras categorías culturales y generacionales para interpretar la escena que discurría ante nosotros (el niño que corre hacia sus padres...). La realidad nos ha sorprendido, nos ha pillado desprevenidos para comprender. Los jóvenes nacen y crecen en una cultura digital y nosotros no estamos preparados para acoger su modo de habitar el mundo, por tanto nos sale de forma natural juzgarlo, sin acordarnos que, cuando éramos adolescentes, teníamos las mismas reacciones con los adultos. El riesgo en el que caemos es el típico de la ‘sociedad líquida’: “... no se trata del

enfrentamiento entre dos puntos de vista de la vida diversas, sino de dos puntos de vistas diversos que conviven uno al lado del otro sin encontrarse”¹.

¿Somos pulgares o índices?

Cuando pulsamos el teclado de nuestro Smartphone, ¿pulsamos los *pulgares* o los *índices*? La respuesta a esta sencilla pregunta representa la diferencia generacional entre los que perciben el teclado como prolongación de las manos y los que, como los adultos, como un objeto que requiere un esfuerzo para usarlo.

La relación entre el mundo juvenil y los medios digitales es una reflexión que nace del camino hacia el Sínodo de los Obispos sobre “Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional” (#Synod2018²) y que nos desafía en primera persona como vida religiosa femenina. Los jóvenes (15-29 años) viven en el mundo digital como una prótesis de su cuerpo y mente, sin sentirla como una parte extraña: para nosotros adultos es difícil sentir lo mismo pero es necesario escucharnos y establecer el diálogo sobre lo que esto implica: ¿De qué forma madura la persona en el mundo digital? ¿Qué valores la alimentan? ¿Cómo estar en misión en el mundo digital como religiosas?

La diferencia generacional en el uso de los medios de comunicación se vive también en las comunidades religiosas. La formadora no siempre está preparada para vivir con sabiduría en este nuevo mundo y convertirlo en parte del proceso formativo. El reto es formar en los medios de comunicación social y formar a través de los medios digitales.

¿Es justo dejar que las formandas usen los móviles y tabletas personales? No existe una respuesta válida para todas las situaciones. Lo importante es poner en marcha un diálogo y un discernimiento compartido para comprender las diversas posiciones y, sobre todo, los diferentes modos de interpretarlas. Nosotras, los no tan jóvenes, hemos aprendido a movernos en el mundo digital tras años en el mundo analógico (lineal) y, por tanto, es fácil percibir una separación entre *offline* (*fuera de línea*) y *online* (en línea); aunque esta brecha se atenuando cada vez más.

Desde mi punto de vista ‘prohibir’ no es una postura fructífera que comporte la maduración de las capacidades de discernimiento y decisión de la persona. Esto sirve también para las nuevas generaciones. Debemos estimular la responsabilidad en el uso digital, y formar ciudadanas y ciudadanos digitales conscientes.

Cuando nos referimos a las formandas, es probable que hablemos de personas maduras en el mundo digital, donde no existe separación sino que todo es un mecanismo fluido *onlife* (vida en línea).

El mundo digital juvenil está orientado a crear y alimentar relaciones sociales, pero también está preparado para su uso en la vida cotidiana hecha de *apps*, billetes de viaje electrónicos, foros temáticos, compras *online*, citas médicas, previsiones meteorológicas, e-book, música, películas, tv a la carta.

Las mujeres que piden entrar en las congregaciones son mujeres de este siglo con exigencias y sueños típicos de esta historia. Estas mismas mujeres buscan la congregación en google introduciendo palabras clave. Es menos habitual que entren por haber asistido a nuestras escuelas o por nuestro testimonio de fe en el día a día de la parroquia o del territorio.

¹ Cyberbullismo, Federico Tonini, Mondadori, pág. 50

² www.synod2018.va

Una vida religiosa siempre más digital

Aunque no somos nativos digitales, ¿es posible vivir hoy fuera del mundo posible digital? Y si no es posible, ¿cómo vivimos este mundo como religiosas? ¿Como líderes de un Instituto del siglo XXI, qué nos exige aprender el mundo digital?

Hoy existe un gran espacio eclesial: el mundo digital. ¿Cómo estamos presentes como congregación? ¿Tenemos una identidad digital clara? ¿Qué dice de nosotros la página web? ¿Qué ‘publicamos’ en los medios de comunicación social para decir a los usuarios del digital la belleza que todavía puede derramarse con nuestro carisma? ¿Estamos conscientemente presentes en la web 2.0?

Hay una sed de belleza y de verdad en el mundo digital: qué mejor que una religiosa puede encontrar esta sed, dejarse tocar y responder. Quizás debemos solo aprender a hacerlo de modo distinto. La red no responde a la lógica vertical y jerárquica típica del mundo religioso. Debemos aprender a ser uno entre tantos, pero sin renunciar nunca a nuestra palabra evangélica; no ser un intruso, ni moralista, ni juez. La red nos echa fuera si queremos imponer; simplemente no nos sigue. La credibilidad no se da por descontado, debemos ganárnosla. Si queremos estar dentro debemos aceptar y estimular la auténtica confrontación.

Si nuestras respuestas no nos satisfacen, quiere decir que se nos está invitando como líderes y como religiosas, a madurar una ‘cultura de la comunicación’: en nosotras mismas, en nuestra congregación, en el mundo eclesial y en el secular.

¿Qué quiere decir madurar una ‘cultura de la comunicación’ para una congregación? Intentaré decir algo sin la pretensión de completar el tema que es un desafío complejo, pero que no podemos olvidar.

La **comunicación** hoy es una **misión en sí misma y por sí misma**, al mismo tiempo que una **tarea transversal de la misión de la Congregación**. Sería bueno que todo instituto tuviese una religiosa (laica o laico) que se ocupara de la comunicación (ad intra y ad extra), aunque esto no debería traducirse en una delegación en blanco a la comunicadora. **Toda la congregación comunica**: el Gobierno General es responsable de la identidad institucional de una Congregación y debe trabajar con la responsable de comunicación para los contenidos y el estilo comunicativo.

Se suele definir la web 2.0³ como una serie de instrumentos para comunicar: pero en realidad son verdaderos espacios antropológicos donde la vida transcurre, con sus reglas y sus lenguajes. Para que entiendan este concepto fundamental, uso siempre un ejemplo: ¿Iría a una fiesta en una embajada con un traje de baño? Cada lugar tienes sus reglas sociales y crea lenguajes y dinámicas propias. Todo esto vale también para los espacios digitales.

Me parece ver cierto miedo entre las Superiores hacia los medios de comunicación social; una desconfianza hacia la prensa, también la católica; un desinterés que, lamentablemente, se transforma en invisibilidad pastoral. Todos tienen derecho a sus opiniones personales, pero cuando desempeñamos un cargo como líderes o formadoras, tenemos el deber de conocer y comprender el mundo digital, de ser conscientes de sus virtudes y de sus lados oscuros. La red debe ser un espacio de responsabilidad y de educación.

Volviendo a la prensa. Si no construimos una buena relación con la prensa, sea católica o secular, no cambiaremos nunca la imagen que esta tiene de las religiosas: si no contamos nosotros quiénes somos, lo hará ella sin conocernos. Si dejamos espacios vacíos, la prensa los ocupará

³ Cuando hablamos de web 2.0 nos referimos al mundo de los medios de comunicación social, es decir, un espacio digital donde prevalece la dimensión social, relacional, interactiva. La web 1.0 era considerada la web escaparate, representada por una página web que hablaba de la organización sin un diálogo efectivo con su público. La web 2.0 no puede prescindir de lo que dice el que nos lee y de la interacción con él. La web 2.0 es recíproca, típica de una red hecha de nudos no jerárquicos. Nos estamos moviendo ya hacia la web 3.0 e 4.0 o Internet of Things (Internet de las cosas): donde no solo se dialogará con las personas sino con los objetos.

contribuyendo al flujo peligroso de noticias falsas (fake news), hacia las cuales el papa Francisco nos pone en guardia.⁴ Aquello que primero hacíamos en la parroquia y en la plaza, hoy debemos vivirlo también en el mundo digital.

¿Cómo nos sentimos cuando vivimos una bella experiencia? ¿Qué hacemos cuando el corazón explota de alegría? Yo, normalmente, lo comparto con alguien; tengo la necesidad visceral de explicarlo. ¡Esto es comunicación! Es esta pasión que sentimos nos presiona por dentro y nos impulsa a contar lo bello; también cuando lo bello proviene de las cenizas del dolor.

Y si existe algo específico de las religiosas en el digital es verdaderamente esto: ser voz, imagen, sonido, rostro de aquella belleza que nace con discreción en aquellos lugares donde todos ven solo sufrimiento y violencia; ser mirada digital que cuenta la buena noticia; hacerse espacio de escucha en red para que otros compartan. Si nosotras mujeres cuidamos de la vida, nos resultará espontáneo cuidarnos de la vida que transcurre en red; no es menos verdadera, solo es vivida en otro ambiente.

El departamento de Comunicación de la Congregación

Una objeción que se me hace a menudo es la siguiente: ¡Se necesitarían personas preparadas profesionalmente para hacer todo esto! ¡Somos pocas y no disponemos de recursos! Entiendo estas preocupaciones y las comparto. Es verdad, en la comunicación hoy es necesario invertir si queremos ofrecer una comunicación de calidad; pero no estoy convencida de que los recursos económicos sean el único obstáculo. Primero es necesario darse cuenta que **‘comunicar bien la misión’** es una prioridad, después los medios se van encontrando. No es necesario hacer muchas cosas, es mejor pocas cosas pero bien hechas; equilibrando instrumentos y espacios para la comunicación ad intra de la Congregación y para la Comunicación externa. Nos podemos avalar de profesionales externos o formar a religiosas para que se responsabilicen ellas, como misión, de la identidad comunicativa y digital del Instituto.

Hemos pedido a algunas comunicadoras que trabajan para la vida religiosa: *¿Qué dificultades encuentras en tu trabajo? ¿Qué pedirías al Gobierno general para facilitar tu tarea?*

He aquí algunas respuestas que pueden ayudarnos a comprender mejor su perspectiva:

- Se piensa que comunicar bien consiste solo en tener una página web (pero después no se actualiza)
- Se dedica poco tiempo a compartir los contenidos
- El Gobierno General no delega la comunicación a la responsable, prevalece el control y la confianza
- Escasa consideración hacia la comunicación: no se conoce y se infravalora
- Se invierten pocos recursos
- Una clara división de las responsabilidades entre el Gobierno General y el departamento de comunicación
- Aprender a compartir la información
- Aceptar que hacerse visibles no es falta de humildad

#FormationOnline #Formation

En el Plan Estratégico 2016-2020 redactado por la UISG, la comunicación desempeña un papel esencial. En estos casi tres años de vida de la Oficina de Comunicación se ha querido mejorar la comunicación con los miembros, y de los miembros entre ellos; conscientes de que mejorar el acceso de las Superiores a la información facilita su misión de Gobierno y hace que se sientan

⁴ El papa Francisco ha escogido el tema “Noticias falsas y periodismo de paz” para la Jornada Mundial de las Comunicaciones sociales de 2018. El mensaje del Santo Padre saldrá al público el 24 de enero, fiesta de san Francisco de Sales, patrón de los periodistas.

más sostenidas y acompañadas. Queda mucho por hacer, pero tenemos nuevas ideas también para la próxima Plenaria de la UISG del 6-10 mayo 2019.

El aspecto que me parece importante subrayar es la prioridad asignada, a partir de finales del año 2016, a la formación de las comunicadoras y a la sensibilización de los Gobiernos generales sobre el tema **‘Comunicar la misión’**. Lo hemos hecho y lo estamos haciendo a través de cursos, seminarios, webinar. Un instrumento que saldrá justo en estos días es un manual de comunicación para la vida religiosa femenina: un instrumento ágil y de uso práctico para quien lleva a cabo esta delicada y apasionante misión en las Congregaciones.

Al final del curso ‘Comunicar la Misión’⁵ desarrollado en octubre de 2017, hemos pedido a las participantes compartir algo que se llevaban consigo y algo de lo que deseaban librarse, después de lo que habían aprendido.

La Hna. Giovanna, una Superiora General, escribe: *“Quisiera llevarme solo la conciencia de la importancia de la comunicación, conciencia que suscita entusiasmo, querer hacerlo, urgencia de hacerlo, compartir... Pero quisiera dejar aquí en esta sala el pesimismo, el desánimo, la desilusión y la pequeñez. Es decir, aunque poco, se puede empezar y hacer alguna cosa”*.

Es lo que deseo para mí y para todas ustedes. ¡Ánimo!

«La verdad os hará libres» (Jn 8, 32).

Fake news y periodismo de paz

Señor, haznos instrumentos de tu paz.

Haznos reconocer el mal que se insinúa en una comunicación que no crea comunión.

Haznos capaces de quitar el veneno de nuestros juicios.

Ayúdanos a hablar de los otros como de hermanos y hermanas.

Tú eres fiel y digno de confianza; haz que nuestras palabras sean semillas de bien para el mundo:

donde hay ruido, haz que practiquemos la escucha;

donde hay confusión, haz que inspiremos armonía;

donde hay ambigüedad, haz que llevemos claridad;

donde hay exclusión, haz que llevemos el compartir;

donde hay sensacionalismo, haz que usemos la sobriedad;

donde hay superficialidad, haz que planteemos interrogantes verdaderos;

donde hay prejuicio, haz que suscitemos confianza;

donde hay agresividad, haz que llevemos respeto;

donde hay falsedad, haz que llevemos verdad.

Amén.

Francisco

Grupo Facebook Comunicar la misión <http://bit.ly/2HdKMmo>

Plataforma Comunicar la misión <https://communicatingmission.wordpress.com>

⁵ ‘Comunicar la Misión’ es el Curso base de Comunicación para la Vida religiosa que la UISG, asociada con otras organizaciones (Unión de Superiores Mayores de Italia-USMI; Multimedia International), promueve desde hace un par de años. Hemos llegado a la cuarta edición y hemos formado a más de 150 religiosas y laicas que se ocupan de la comunicación para la vida religiosa. Info: <https://communicatingmission.wordpress.com>