

# SECTOR DE COMUNICACIÓN: PLAN DE ACCION 2015-2017



En el VII Encuentro del Sector de Comunicación, celebrado en Santo Domingo, República Dominicana, del 14 al 20 de agosto de 2015, se propone un Plan de Acción centrado en la comunicación al servicio de las Prioridades del PAC, priorizando dos objetivos estratégicos:

- a. Fortalecer la red de Emisoras de la Compañía de Jesús en América Latina (RADIOSJLAC), promoviendo productos comunicacionales conjuntos como forma de impulsar el funcionamiento de la red. Asimismo, se acordó desarrollar un portal web más amplio, al servicio de los Medios de Comunicación de la Compañía.
- b. Afianzar la red de oficinas provinciales para fortalecer el Sector, la comunicación interna y externa en la región, la imagen de la identidad "JESUITAS" y la formación en comunicación.

## **1. RED DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SJ DE AMERICA LATINA**

### **1.1 Fortalecer la Red de Radios SJ**

#### **1.1.1. Promover la integración de las radiosj en AL**

- Actualizar los estatutos de la Red de Radios para hacerla más funcional.
- Integrar a las emisoras que aún no forman parte de la red, incluyendo las radios universitarias y las Facultades de Comunicación.
- Actualizar el inventario de emisoras de la Compañía siguiendo parámetros comunes de información sobre recursos humanos, equipos, programación, producciones intercambiables, publicaciones,

entre otros.

- Armar la base de datos a partir de los asistentes al encuentro para convertirnos en plataforma de coordinación, distribución y utilización de lo que hacemos.
- Elaborar un catálogo digital de las producciones de cada emisora que puedan ser compartidas entre los integrantes de la Red.
- Aprovechar los recursos humanos de las emisoras e involucrar a docentes y estudiantes de Facultades de Comunicación sj en la elaboración de nuevos formatos radiofónicos.

#### **1.1.2. Elaborar e intercambiar nuevos productos comunicacionales radiofónicos en apoyo a las prioridades del PAC.**

a. Radio revista semanal informativa para fortalecer el trabajo en común de las emisoras, aportar a las prioridades y afianzarse el sentido latinoamericano. Se trata de un espacio semanal de profundización sobre los principales acontecimientos y actividades relacionadas con las áreas prioritarias del PAC. Este proyecto también sería promovido en redes sociales y en otros medios, creando un espacio de almacenamiento en la página web de la red.

- ◇ Fecha de inicio: 27 de septiembre (aprobación de la Compañía de Jesús).
- ◇ Duración del programa: 30 minutos
- ◇ Fecha tope de envío de los primeros insumos: 15 de septiembre.
- ◇ Temáticas: abiertas, principalmente vinculadas con las prioridades del PAC.

- ◇ Emisora matriz: rotación; Radio Santa María asume los primeros 4 programas.
- ◇ Medio de distribución: Dropbox, Soundcloud, otros.
- ◇ Crear un espacio de almacenamiento y proporcionar los audios en formatos mp3 y wav.
- ◇ Nombre: a partir de sugerencias de las emisoras participantes.

b. Productos relacionados con la Prioridad 1:

*Atender preferencialmente a migrantes, indígenas, víctimas de la violencia y otras poblaciones vulnerables, mediante la presencia cercana, la reflexión y la incidencia.(5)*

- Apoyar la Campaña de Hospitalidad propuesta por RJM-LAC.
- Apoyar el Proyecto "Diáspora" de Radio Santa María para fortalecer vínculos y promover el codesarrollo entre grupos de emigrantes y sus comunidades de origen.
- Apoyar proyectos que articulen la diáspora con las comunidades locales para fortalecer vínculos y promover el codesarrollo entre grupos de emigrantes y sus comunidades de origen.

c. Productos relacionados con la Prioridad 4:

*Impulsar la conciencia y la sensibilidad para la integración latinoamericana, priorizando redes y proyectos intersectoriales e interprovinciales, y dando una atención particular a la Amazonia, Cuba y Haití.*

c.1. Revitalizar y profundizar la sensibilidad para la integración latinoamericana (8)

- Intercambiar programas, música e información cualificada sobre el contexto latinoamericano para entender mejor la realidad política y social del continente, nuestras raíces comunes y la riqueza de nuestra diversidad.
- Impulsar programas de radio sobre las grandes figuras históricas y personalidades con visión integradora, como Eugenio María de Hostos, Simón Rodríguez, Andrés Bello, etc.
- Intercambiar programas e información en relación con el Decenio Internacional de los Afrodescendientes (2015-2024), proclamado por la ONU para promover y proteger los derechos de un grupo de más de 200 millones de personas en las Américas.

c.2. Apoyar la misión de la Compañía en la Amazonia y la coordinación de acciones de las Provincias y Regiones que tienen obras y comunidades en ella (15).

- Establecer una alianza con el proyecto PANAMAZÓNICO para divulgar su conocimiento y utilizarlo para la toma de conciencia sobre problemas regionales y globales, definiendo una estrategia de posicionamiento de la visión de la Compañía sobre el tema. Se proponen varios formatos radiofónicos para tratar el tema:
  - ◇ Microprogramas (15) para conocer la situación de la Amazonia y su impacto en América Latina y el mundo,

generar conciencia e incomodar.

- ◊ Tratamiento periodístico en profundidad, con contenidos basados en información científica seria y en investigaciones que aporten datos y reportajes sobre lo que ocurre en la región y sus consecuencias para los países directamente involucrados y para el mundo (Pensarlo como posible proyecto).
- ◊ Historias de vida: ejemplos de personas y comunidades involucradas con la defensa del medio ambiente
- ◊ Lanzamiento de una línea musical sobre la Amazonía, que también apoye la divulgación de conciertos y canciones sobre el cuidado del medio ambiente.

- Coordinar acciones de comunicación con la Red Panamazónica de ALER, que recoge la experiencia desarrollada por las emisoras amazónicas de las Coordinadoras Nacionales de Perú, Colombia, Ecuador, Brasil y Venezuela, que buscan reforzar los derechos culturales y la autoestima de las poblaciones autóctonas.

c.3. Promover y difundir **la responsabilidad ecológica** como dimensión de todo apostolado (11). Fomentar e intensificar acciones o proyectos en el campo ambiental y ecológico, y participar activamente en las redes de incidencia en ecología y recursos naturales de la Compañía universal (18)

- Promover el intercambio de guiones o programas completos

relacionados con la Encíclica Laudato Si.

- Estimular el intercambio y la producción de materiales audiovisuales sobre temas medioambientales entre las emisoras de la red.
- Abordar el tema de valores humanos para convivir con la naturaleza.

d. En relación con la Prioridad 5:

Promover producciones radiofónicas con componentes de **espiritualidad ignaciana** aplicados a la vida cotidiana y a la evangelización.

- Planificar y promover series de programas relacionados con la espiritualidad ignaciana y la imagen de la identidad "jesuitas":
  - ◊ Identidad, espiritualidad, comunicación, pedagogía, Ejercicios.
  - ◊ Historias de vida que ilustren formas de encarnar la espiritualidad ignaciana en la vida cotidiana.
  - ◊ Dramatizaciones cortas sobre santos sj, laicos comprometidos, personajes históricos de la Compañía, destacando la originalidad creativa de acciones y obras apostólicas.
- Intercambiar, promover y coordinar nuevos formatos de producciones radiofónicas para la Radioevangelización, en coordinación con otras emisoras, centros de producción y redes latinoamericanas interesadas, como ALER. Ejemplos:
  - ◊ Diálogos de Media Noche
  - ◊ Historias de perdón y reconciliación.

## 1.2. Desarrollar un portal de medios de comunicación de la Compañía de Jesús en América Latina y el Caribe.

- Integrar el inventario de RADIOSJ
- Ofrecer recursos audiovisuales para la pastoral
- Crear un catálogo digital sobre nuestros medios.
- Integrar servicio de intranet

## 2. RED DE OFICINAS DE COMUNICACIÓN SJ DE AMÉRICA LATINA (PRIORIDAD 6)

Renovar la calidad evangélica del Cuerpo Apostólico de la Compañía, promover las redes ignacianas, la formación conjunta de laicos y jesuitas, y adecuar nuestras estructuras, estilos de gobierno y de gestión para la misión en colaboración con otros.

### 2.1. Fortalecimiento de la imagen de la identidad "JESUITAS"

2.1.1. Construir la imagen de una identidad ignaciana integradora que dé sentido alrededor de la misión común.

- Formar un pequeño equipo de trabajo que apoye al coordinador del sector de comunicación en la recolección de informaciones, la planificación, ejecución y supervisión de las acciones. Agosto 2015
- Recopilar los materiales que guían las oficinas de comunicación para la presentación de la imagen. Septiembre 2015
- **Elaborar, desde una perspectiva de la comunicación corporativa, un borrador para la discusión sobre los principales componentes de la "imagen de la identidad jesuita", su especificidad dentro de la Iglesia,**

**en el contexto de su tradición histórica y de los retos que plantean las seis prioridades del PAC. Hacer una encuesta entre jesuitas y colaboradores. Octubre-Febrero 2016**

- Presentar a los Provinciales la "imagen de la identidad" en torno a la misión servicio de la fe y promoción de la justicia en un mundo intercultural e interreligioso que nace de los Ejercicios y la espiritualidad ignaciana como expresión de su identidad, encarnada en nuestra misión socializada y visualmente expresada. Febrero 2016
- Presentación de la imagen final a Provinciales para la aprobación. Mayo 2016.
- Elaborar estrategia para la promoción de la imagen. Mayo 2016
- Preparar lanzamiento de la imagen: Junio y julio 2016.
- Lanzamiento de la imagen. 31 de julio 2016

**Responsable: Coordinador del Sector y equipos de oficinas de comunicación.**

2.1.2. Clarificar la imagen de la CPAL como una comunidad en identidad y misión de la que todos formamos parte, no como una superestructura ajena y englobante.

- Incluir preguntas de la CPAL en la encuesta del punto anterior. Octubre-febrero 2016. Presentar la Cpal como una institución importante para la dinámica de la misión de la Compañía en América Latina que la formamos todos. 2015-2016-2017
- Repensar la página web de la CPAL y rehacerla para convertirla en un

Portal de redes con un aspecto más funcional y moderno, que integre más visualmente todos los sectores y obras de la Compañía de Jesús en América Latina, con información amplia y actualizada sobre las redes, instituciones y tareas de los jesuitas. (31 julio 2016)

- Mientras tanto alimentar mejor la actual página. Enviar las noticias lo antes posible.
- Revisar las redes SJ existentes e insistir en un “mínimo común denominador” en cuanto al formato y los patrones de información. Garantizar que las prioridades que tengan su propia red y su página informativa, que pasaría a formar parte del Portal de la Cpal. Permanente
- Renovar el informativo. Hacerlo semanal. Revisar el correo de la CPAL. Cambiar el formato a un formato digital de newsletter. Conseguir que las Provincias y redes manden sus informaciones. Garantizar que el informativo llegue a todos (buscar un informático). Ver a un especialista (Galo?) para que diseñe el newsletter. Contratar el personal necesario. (Comienzo de octubre).
- La oficina de comunicación de la CPAL asume el rol de intermediario de la información procedente de las redes de difusión de información sobre cada prioridad.

## 2.2. Formación en comunicación

2.2.1. *Fortalecer la formación interprovincial al servicio de la misión (16). Elaborar principios y criterios comunes de formación para las diversas etapas, atendiendo principalmente a la perseverancia vocacional; y, a partir de*

*la experiencia de formación teológica interprovincial, explorar las posibilidades de una formación interprovincial en otras etapas (27).*

### 2.2.2. Líneas de acción en el Área de Comunicación

a. En cuanto a la formación de jesuitas y colaboradores

- Fortalecer la formación de los colaboradores en la misión en la comprensión del papel de la comunicación en nuestra sociedad y en formas de expresión a través de medios tradicionales y TICs. El Sector Comunicación selecciona un equipo de reflexión sobre los componentes de la formación en comunicación para SJ y laicos de las obras de la Compañía. Diciembre 2015
- Establecer un diálogo entre el sector comunicación y el sector formación para promover la formación de los escolares en esta área: conceptos básicos relacionados con una filosofía de la comunicación. Gramática, oratoria, redacción y expresión para el cyberespacio: “cómo pensar y presentar la fe en los tiempos de la red”, que cada vez más moldea nuestra manera de pensar, conocer, comunicar y vivir. Permanente
- Entrar en relación con AUSJAL para cursos online sobre estos temas implementados por alguna de las Facultades de Comunicación de la Compañía. Diciembre 2015

b. En cuanto a contenidos de los medios

- Fortalecer la capacidad de lectura

crítica de los contenidos de medios tradicionales y TICs en las obras apostólicas de la Compañía.

- Manual de lectura crítica sobre contenidos de los medios y las redes sociales para uso de estudiantes de colegios, Universidades sj, grupos de pastoral, etc.
- Incluir espacios de reflexión sobre la cultura de la sociedad del conocimiento en los medios audiovisuales e impresos y en las páginas web de las redes apostólicas.
- Elaborar materiales audiovisuales e impresos que sensibilicen sobre lo positivo y lo negativo de los contenidos de los medios y las TICs.

### **2.3. Fortalecimiento del sector Comunicación de la Cpal**

2.3.1. Consolidar la estructura organizativa del Sector Comunicación de la Cpal para una mejor coordinación y acciones conjuntas (REDIGCOM)

Líneas de acción:

- Crear un directorio de jesuitas y colaboradores y involucrados en comunicación (investigación, dirección de medios, enseñanza) en América Latina. Impulsar un inventario actualizado de medios y TICs relacionados con la Compañía en AL. A partir de la recolección de información y de las prácticas de las redes, desarrollar líneas de acción concretas frente a las necesidades que se presenten. Hacer un formato para la recolección de información. Diciembre 2015
- Constituir un equipo central que apoye al coordinador del

sector y le dé forma al plan de acción en el plazo de seis meses. Definir o actualizar modelo de funcionamiento y coordinación. Agenda de reuniones virtuales periódicas. Septiembre 2015

- Fijar un presupuesto anual para el sector. Septiembre 2015
- Iniciar un diálogo permanente entre los directores de las obras del sector Comunicación. Reuniones virtuales periódicas
- Reforzar diálogo y comunicación con los responsables de los demás sectores de la Cpal, creando una agenda común y pública de las actividades de servicio a las redes provinciales e interprovinciales. Permanente
- Diseñar proyectos que permitan consolidar el funcionamiento de Redigcom.
- Trazar un perfil de indicadores y medición de resultados para 5 años. Septiembre 2016
- Explorar áreas de colaboración con otras redes de medios regionales y globales, como Amarc, Aler, etc., incluyendo las grandes cadenas de medios privados. Permanente

2.3.2. Consolidar una oficina digital del sector Comunicación.

Líneas de acción:

- Crear una intranet que permita conjugar la labor pastoral, la importancia de la comunicación y las nuevas tecnologías, especialmente Internet, poniendo al servicio de sus proyectos y los de los demás sectores herramientas que permitan utilizar estos medios de una manera práctica, ágil y eficaz.

◇ La intranet funciona como mecanismo de información sobre medios y biblioteca virtual que recoge y clasifica producciones audiovisuales, impresas y digitales que contribuyen, cada una según su perfil, a promover valores ciudadanos según el evangelio.

◇ La intranet ofrece también información sobre las ofertas de formación de Facultades de Comunicación SJ y de organizaciones regionales. Septiembre-octubre 2016.