

Los medios de comunicación e información en las casas de formación combonianas

El 12 de julio de 2024, el P. Arlindo Pinto, director de la Oficina de Comunicación de la Curia General de Roma, fue invitado a hablar a los formadores del Instituto Comboniano, reunidos en la Asamblea General de la Formación, que tuvo lugar del 8 al 27 de julio en Roma. El tema elegido fue “La importancia del uso de los medios de comunicación e información en la formación comboniana”. Mientras escribía el texto de su intervención, trató de averiguar cuántas comunidades de formación comboniana hay y cuántas de ellas publican regularmente un boletín o *newsletter*, o tienen presencia en Internet u otras plataformas digitales. A continuación, publicamos el texto de su ponencia y los resultados de su investigación.

1. Los medios de comunicación e información y la Formación comboniana

El objetivo de mi presentación es llamar nuestra atención sobre el tema, urgente y serio, de la formación misionera en nuestros postulados, escolasticados y centros internacionales de hermanos (CIF) conjugada con los desafíos que plantean hoy los medios de comunicación e información y todo el mundo digital.¹

Para hacernos una idea del mundo en que vivimos, empezaré con algunas informaciones actuales importantes. Según los datos publicados a principios de abril de 2024, alrededor de 5,44 mil millones de personas (es decir, el 67,1% de la población mundial) ya tienen acceso a Internet y utilizan las redes sociales. El número de personas sin acceso a Internet se ha reducido a 2,66 mil millones, la mayoría de las cuales viven en Asia Meridional y Oriental y en África.

También me parece de gran relevancia saber que: los usuarios de Internet siguen creciendo (178 millones de nuevos usuarios en los últimos 12 meses hasta abril de 2024); que la gran mayoría de los usuarios de Internet (96,3%) utiliza un teléfono móvil para acceder a Internet al menos una vez al día; y que los teléfonos móviles representan ya la mayor parte (57,8%) del tiempo que pasamos online (en línea) y el 60% del tráfico web mundial.²

Todos estos datos, combinados con el crecimiento de las redes sociales y la difusión de la inteligencia artificial –verdaderos nuevos “signos de los tiempos”– nos muestran el cambio radical de nuestra realidad cotidiana. Un cambio que nunca habríamos imaginado. Hoy, de hecho, no vivimos en una época de cambio, sino en un «cambio de época» -la expresión es del Papa Francisco-, vivimos en un mundo y una cultura nuevos. Algunos hablan incluso de un «nuevo continente digital». En consecuencia, con esta nueva cultura mediática, se han abierto nuevas puertas para los procesos formativos, de enseñanza y aprendizaje, y se ha creado un nuevo espacio online, es decir, un territorio nuevo y propicio para la difusión de nuestras actividades pastorales, vocacionales y misioneras.³

¹ Me alegro de que el programa de la Asamblea haya incluido una jornada de reflexión sobre el tema “Formación y mundo digital – riesgos y oportunidades”, a cargo del profesor Donato Lacedonio, SDB. Quiero creer que esta sensibilidad mostrada por los organizadores de la Asamblea es ya uno de los resultados positivos del proceso de puesta en práctica de las Líneas Guías y Compromisos definidos por el último Capítulo General. Recuerdo los dos textos más significativos de los Documentos Capitulares a este respecto. “Línea Guía 4: Valoramos la Animación Misionera, el contacto personal y la comunicación social y digital como medios privilegiados para llegar a la gente, en nuestro esfuerzo por utilizar nuevas formas de anunciar la Palabra de Dios” (DC '22, 32); y “Compromiso: Asumir el reto de la transformación digital que nos empuja a buscar nuevas formas de llegar a la gente de forma sostenible y de influir en las comunidades cristianas y en la opinión pública, colaborando con las redes y territorios existentes” (DC '22, 32.1).

² Estos datos, y muchos más sobre el mundo digital, constantemente actualizados, están disponibles en el sitio web *Digital Around the World*, accesible en: <https://datareportal.com/global-digital-overview>.

³ A este respecto, merece la pena mencionar el ejemplo del sacerdote diocesano mexicano Heriberto García Arias, que trabaja con otros “misioneros digitales” en el Dicasterio para la Comunicación del Vaticano. El sitio web del periódico italiano *Avvenire* informó sobre él, diciendo: “No puedo decir con certeza si el ranking mundial de misioneros digitales sigue siendo el mismo que en 2023 o si necesita ser actualizado, pero los números en las redes sociales de este sacerdote mexicano de 36 años son ciertamente respetables: 1,8 millones de seguidores en su cuenta de *TikTok*, 252.000 en su cuenta de *Instagram*, 75.000 suscriptores en su canal de *YouTube* y 65.000 en su página de *Facebook*.” [Mocellin, G. (2024, 4 de julio). «Misioneros digitales. El influenciador católico número 1 del mundo: guapo, simpático y consciente»

Sin embargo, hay que decirlo ya claro, no podremos estar satisfactoriamente presentes en esta nueva cultura digital sin antes comprenderla.

Como formadores combonianos, debemos saber que esta nueva realidad cultural mundial requiere una adecuada preparación y formación, que estamos invitados a adquirir, si queremos entrar en ella y crear nuevos estilos de evangelización, promoción vocacional y misión a través de los medios digitales.⁴

Soy consciente de que no os cuento nada nuevo. En esta Asamblea, el P. José de Jesús Villaseñor Gálvez, secretario general de Formación, os presentó las mociones generales de la Asamblea de la Formación de APDESAM (*Assembly of the Provincials and Delegates of English-Speaking Africa and Mozambique* – Asamblea de los Provinciales y Delegados de África Anglófona y Mozambique) que tuvo lugar en julio de 2023, en Nairobi. Una de ellas me llamó especialmente la atención: “Se recomienda el uso misionero y responsable de los medios de comunicación e Internet para llevar a cabo la animación misionera, la promoción vocacional y la recolecta de recursos materiales.”

Estoy seguro de que la gran mayoría de nosotros –especialmente los más jóvenes (los llamados nativos digitales), los postulantes, los novicios y los escolásticos– ya es habitante de este mundo digital que aún está en rápida evolución. O sea, ¡una realidad que ya no podemos ocultar ni ignorar! Al contrario, estamos llamados a convertirnos en misioneros de este nuevo continente digital y en formadores online, animados por la acción del Espíritu, siguiendo el ejemplo del Señor Jesús, el Maestro de la Comunicación, y de nuestro Fundador, San Daniel Comboni, él mismo un hábil comunicador.

Uno de los medios de comunicación más innovadores que ha revolucionado nuestra forma de comunicarnos y de vivir, y que no puede dejar de mencionarse aquí, es el teléfono móvil (*smartphone*). Este aparato, de tamaño tan reducido, no sólo ha ampliado el espacio de las relaciones humanas y acortado los tiempos de conexión, gracias a las tecnologías digitales, sino que se ha convertido en una extensión inseparable de nuestro cuerpo. Y si es cierto que el móvil es ya una parte (casi) natural de nuestro cuerpo, eso significa que está (casi) prohibido prohibirlo. Sólo tenemos que aprender a usarlo. Insisto: no son los medios electrónicos (móviles, tabletas, portátiles...) el problema o el principal reto, sino nuestra formación en su correcto uso cotidiano.

Mi teoría personal sobre el uso de un *smartphone* es que es como un cuchillo. Un cuchillo es sin duda un bien útil y necesario, pero puede utilizarse tanto para el bien como para el mal. Esta teoría puede aplicarse a cualquier medio de comunicación o dispositivo digital. Por tanto, sólo hay que aprender a utilizarlos bien.

En un mundo tecnológico como el nuestro, en el que la conexión humana es condición constitutiva de nuestra vida colectiva, la mejor y más eficaz forma de asimilar y garantizar el buen uso de los medios digitales pasa necesariamente por una educación seria y completa en su uso, tanto a nivel académico básico como en el aprendizaje a lo largo de la vida. No es difícil deducir que cuanto más deficiente sea esta educación, mayor será la falta de pensamiento crítico y de responsabilidad en su

(*Missionari digitali. L'influencer cattolico n. 1 al mondo: bello, bravo e consapevole*). Accesible en: <https://www.avvenire.it/rubriche/pagine/missionari-digitali-3-luglio-2024>].

Dejo aquí, por ejemplo, el enlace para visitar la cuenta de *YouTube* del P. Heriberto García Arias: https://www.youtube.com/channel/UCMcxV90TTvf1c4P0OpEJ_ww.

⁴ Para quien esté interesado en profundizar en este tema desde una perspectiva comboniana, recomiendo dos estudios y reflexiones recientes publicados en www.comboni.org y en nuestro *MCCJ Bulletin*. El primero, titulado “Los desafíos éticos de la comunicación en el umbral del siglo XXI” (*MCCJ Bulletin*, n° 297, octubre 2023, pp. 40-122) –accesible en la web en italiano, inglés, portugués y alemán–, es una reflexión científica sobre la realidad contemporánea de la comunicación y la información, especialmente desde el punto de vista ético, y sobre cómo desentrañarse y defenderse en este mundo de desinformación, *hackers*, *fake news*, monopolios comunicativos, *Big Data*, algoritmos e inteligencia artificial. El otro texto –accesible en el sitio web en italiano, inglés y español– es un estudio sobre los medios de comunicación e información internos y externos del Instituto comboniano: “Los medios de comunicación y de animación misionera comboniana – del XIX Capítulo General a los Planes Sexenales 2023-2028”, en *MCCJ Bulletin*, n. 299, abril 2024, pp. 29-55.

uso. Sólo una formación correcta y continua en el uso de estos nuevos medios puede dotarnos tanto del espíritu crítico como de la necesaria responsabilidad.

Por lo tanto, educarnos para hacer un buen uso de los medios de comunicación e información, y de la comunicación en general, significa, ante todo, educarnos para el pensamiento crítico y el discernimiento continuo. Esta tarea corresponde al Instituto y, en particular, a vosotros, formadores, es decir, garantizar la alfabetización digital dotando a vuestros formandos de las herramientas y criterios adecuados (técnicos, científicos y éticos) para saber cómo enfrentarse a las nuevas tecnologías y a la avalancha de información que nos invade en el día a día.

2. Encuesta sobre los medios de comunicación en las casas de formación combonianas

Mientras pensaba en lo que podría decir a personas como vosotros, responsables de la formación en nuestro Instituto, sobre la importancia de los medios de comunicación e información de hoy, particularmente en el contexto de la formación de nuestros jóvenes candidatos, sentí curiosidad por saber cuántas comunidades combonianas que están involucradas en el área de la formación y, al mismo tiempo, cuántas de ellas publican un boletín/newsletter (u otro medio de comunicación) o están oficialmente presentes en el continente digital. No me quedaba otra alternativa que consultar pacientemente cuántas tienen uno o más medios de comunicación oficiales (impresos o digitales a través de Internet) o una cuenta (*account*) en alguna de las muchas plataformas sociales digitales que, actualmente, tenemos a nuestra disposición.

De hecho, una mayor inversión en este ámbito de la comunicación y una presencia más significativa y continua en las numerosas plataformas de divulgación de la información digital podrían ayudarnos a difundir iniciativas, experiencias y actividades pastorales, tanto internas como externas –en términos de evangelización, animación misionera y promoción vocacional–, no sólo a las distintas comunidades del Instituto, familiares, amigos y bienhechores, sino también a llegar a un público más amplio, especialmente a los jóvenes.

Para facilitar la lectura de los datos recogidos, los he organizado en dos *Tablas*, que presento a continuación.

2.1 Presentación de los datos de las tablas

La *Tabla 1* muestra los datos de las 28 circunscripciones combonianas (también he incluido Polonia y la Curia/Dirección General como si fueran circunscripciones). De estas 28 circunscripciones, 24 tienen al menos una comunidad de formación, mientras que 4 –Ecuador, London Province, Polonia y Portugal– no tienen ninguna.

En total, hay 49 comunidades de formación comboniana, incluido el Centro de Formación Permanente (CFP) de la Curia General de Roma, y se distribuyen del siguiente modo:

a) A nivel de formación:

• Propedéutica/seminarios menores	10
• Postulantado al sacerdocio	14
• Postulantado para hermanos	2
• Noviciados	8
• Escolasticados	12
• Centros internacionales de hermanos (CIF)	2
• Centro de Formación Permanente (CFP)	1

b) A nivel de continente y subcontinente:

• África anglófona + Mozambique (APDESAM)	23
• África francófona (ASCAF)	11
• América/Asia	11
• Europa	4

De las 49 comunidades, 29 (59.2%) disponen de uno o más medios de comunicación, mientras que 20 (40,8%) no tienen ninguno, ni siquiera el correo electrónico. De estas 20. 7 son de nivel propedéutico o seminario menor, 6 son postulantes, 5 noviciados y 2 escolasticados. Por continentes o subcontinentes, el 52.2% de las comunidades de APDESAM no tienen ningún medio oficial de comunicación, seguidas de ASCAF con el 45.5%, Europa con el 25% y América/Asia con el 18.2%.

Por lo que hemos podido averiguar, de los 8 noviciados, 5 ni siquiera tienen correo electrónico, 2 sólo tienen correo electrónico y 1 tiene correo electrónico y una cuenta de Facebook. De los 12 escolasticados, 2 no tienen correo electrónico (Chicago y Graz, de reciente apertura), y 1 de los 2 CIF sólo tiene correo electrónico.

En cuanto a los medios de comunicación más utilizados, vemos que: 19 comunidades tienen un correo electrónico oficial; 9 publican un boletín impreso, con periodicidad variable; 3 tienen página web; 19 están en Facebook; 12 tienen un grupo de WhatsApp; y 4 también están en otras plataformas (1 utiliza el Intranet) o redes sociales (Instagram, YouTube, TikTok).

De las 49 comunidades de formación, sólo 2 (1,96%) tienen su propio sitio web y 1 (CFP) tiene su propio espacio en el sitio web oficial del Instituto.

De las 29 comunidades de formación que disponen de uno o más medios de comunicación, cabe destacar dos buenos ejemplos, especialmente en lo que se refiere a la página web: el postulante de Nairobi, única comunidad que dispone de todos los medios requeridos en la encuesta (página web, boletín, Facebook, correo electrónico, WhatsApp, YouTube y TikTok) y el CIF de Bogotá (página web, Facebook, correo electrónico y WhatsApp).

Los dos sitios mencionados –<https://combonipostulancy.or.ke/> (Kenia) y <https://combonianos-cifh-bogota.com/> (Colombia)– son creativos y responden a las cuatro razones principales por las que es importante y fundamental ser visible en el continente digital. Me refiero a la evangelización, la animación misionera, la promoción vocacional y la recaudación de fondos.

Por su parte, el Centro de Formación Permanente (CFP) de Roma tiene su propia sección de noticias en la web oficial del Instituto (<https://www.comboni.org/categorie/291>), que también es compartida con las actividades del Secretariado General de Formación.

La **Tabla 2** contiene los nombres (títulos) y las principales referencias de cada uno de los medios de comunicación en los que están presentes las 19 comunidades de formación.

2.2 Conclusión

Teniendo en cuenta buena parte de los datos que pude recoger y, sobre todo, las conversaciones que mantuve con los participantes en la Asamblea de Formación, creo que la mayoría de los formadores ya está más que convencidos de que los temas relacionados con la comunicación, la información y el uso de los medios digitales no pueden estar ausentes, ni de las diversas etapas del proceso formativo que se ofrece a nuestros candidatos, ni de los cursos de formación permanente que se ofrecen a todos los Misioneros Combonianos. Sin embargo, reconocer su importancia no es suficiente. A corto plazo, se deberían implementar actividades concretas de formación en este ámbito.

Creo poder concluir, sin ningún lugar a dudas, que nuestras comunidades educativas (en todas sus etapas) siguen teniendo muy poca presencia en el continente digital, a pesar de que, en mi opinión, ya reúnen las condiciones necesarias, en todos los niveles educativos, para estar mucho más presentes. ¡Sólo hace falta que quieran!

Hoy en día, los modernos medios de comunicación y las nuevas plataformas digitales ofrecen excelentes condiciones y abren puertas a quien quiera utilizarlos para una evangelización más amplia, una animación misionera y una promoción vocacional más incisivas, y también para una recaudación de fondos (*fundraising*) más precisa.

En definitiva, el cambio cultural global generado por las nuevas tecnologías digitales de la comunicación y la información ya no puede despreciarse ni ignorarse en nuestros procesos de formación.

2.3 Recomendaciones

Quisiera concluir esta intervención con algunas sugerencias, que dejo a vuestra consideración, teniendo en cuenta algunos buenos ejemplos ya encontrados en algunas comunidades de formación, como se puede ver en las *Tablas 1 y 2*).

2.3.1 Cada comunidad de formación debería disponer (de forma oficial y públicamente conocida) de al menos los siguientes medios: una dirección de correo electrónico, un número de teléfono y dos publicaciones (una en papel y otra digital). También es aconsejable no vincular las publicaciones a personas físicas, ni utilizar los números de teléfono privados de los formandos o formadores, para evitar problemas o inconvenientes a la hora de transferir a los cohermanos de una comunidad a otra, dentro o fuera de su propia circunscripción.

2.3.2 Además de los servicios ya prestados por los jóvenes en formación en cada comunidad de formación, se sugiere la creación de un servicio de comunicación, con la misión de publicar información sobre las actividades internas y externas realizadas por los miembros de la comunidad. Para ello, se elaboraría un plan de comunicación en el que se definirían los medios de comunicación de preferencia, los objetivos, los destinatarios, los contenidos y formatos a privilegiar (noticias, pequeñas historias vocacionales [*storytelling*], fotos, audio, vídeo, clips sencillos...), la periodicidad y los responsables de cada una de las distintas tareas a realizar. ¡Lo importante sería empezar! Y, quién sabe, cuántos nuevos talentos –verdaderos artesanos y auténticos artistas de la comunicación– podrían descubrirse entre los formandos.

2.3.3 Algunos formadores, especialmente los del noviciado, han hablado de prohibición (parcial o total) del uso de smartphones durante algunos periodos formativos. ¿Prohibición? ¿Fruta prohibida? Si esta es la imagen que tenemos del mundo digital, no debería sorprendernos que los jóvenes formandos intenten engañarnos para poder disfrutar de esta fruta prohibida. No han faltado formadores que han confesado con franqueza que sus jóvenes, además del smartphone entregado al formador, tenían otro con un amigo cómplice, ajeno a la comunidad, para utilizarlo llegado el momento. Estos comportamientos podrían evitarse si, en lugar de la prohibición, optáramos por una educación seria y continua sobre los beneficios y perjuicios del uso de estos modernos dispositivos. Esta me parece también la lógica del Modelo Integrativo de Formación (*Modello Integrativo della Formazione*) adoptado por nuestro Instituto.

2.3.4 La ausencia casi total de sitios web en las casas de formación podría remediarse de manera bastante sencilla. Dado que la mayor parte de las circunscripciones combonianas tienen ya un sitio web oficial (de 28 circunscripciones, sólo tres no lo tienen), la solución más fácil sería crear en estos sitios una sección o un espacio reservado a las comunidades de formación (como es el caso del CFP de Roma), especialmente a nivel de noviciado y escolasticado/CIF, pero dejando tanto el formato como el contenido de la información a la competencia y responsabilidad de los formadores y de sus jóvenes formandos.

Padre Arlindo Pinto, MCCJ

Director de la Oficina de Comunicación del Instituto comboniano

Roma, Agosto de 2024