

HISTORIA DE LA COMPAÑÍA DE JESUS: SU DIVULGACIÓN EN DISTINTOS SOPORTES COMUNICATIVOS

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

**Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del 3 de abril de
1981**



**“HISTORIA DE LA COMPAÑÍA DE JESUS: SU DIVULGACIÓN
EN DISTINTOS SOPORTES COMUNICATIVOS”**

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN HISTORIA

Presenta

JOSE ABRAHAM DEL BOSQUE JOCH

Directora: Dra. Perla Chinchilla Pawlling
Lectores: Mtro. Octavio Contreras Borcegui
Mtra. Leonor Correa Etchegaray

México, D.F.

2014

Estudio introductorio de la tesis *Historia de la Compañía de Jesús: su divulgación en distintos soportes comunicativos*

I. Planteamiento general: De los medios, la historia y la construcción de identidades

Sobre el proyecto

Este estudio introductorio busca describir el proceso de producción de la tesis *Historia de la Compañía de Jesús: su divulgación en distintos soportes comunicativos*, insertada en el programa conmemorativo *1812-2014: Construcción de una identidad. La Compañía de Jesús ante su Restauración*. Con esta tesis, adscrita a un gran proyecto de la Universidad Iberoamericana, tuve la oportunidad –en un caso excepcional– de desarrollar por completo y presentar los tres productos de comunicación que sugiere el título, y no solamente reducirlos a un trabajo de guión que limitara su potencial producción para el futuro. Producto de un seminario interdisciplinar –donde se trabajó con historiadores, trabajos recientes sobre el tema y con la estación de radio Ibero 90.9 FM–, se trata de un proyecto inscrito en la especialidad de divulgación de la historia, en el programa de maestría del Departamento de Historia de la universidad.

A través de tres formatos específicos, condicionados por sendos géneros comunicativos, se buscó desplegar una serie de aspectos identitarios sobre la Compañía de Jesús para dar a conocer cómo se ha ido tejiendo la construcción de su identidad a través de la historia. Todo con el objetivo de que el resultado ofreciera productos atractivos y digeribles para públicos amplios. En un plano general, se trató de divulgar la complejidad y vastedad del conocimiento histórico desde los medios masivos de comunicación. Particularmente, los soportes comunicativos que propone el título de la tesis son tres productos de divulgación, a saber:

Cápsulas. Este fue el trabajo en el que personalmente participé más activamente. Durante dos años de seminario, una vez por semana, fui adquiriendo los rudimentos del ‘historiador’ para unirlos a las habilidades de comunicación. Cada texto fue discutido y corregido en términos de contextos históricos y anacronismos, para poco a poco ir comprendiendo y situando los momentos históricos que se querían exponer en cada segmento. El producto final consistió en un paquete de treinta cápsulas para radio con

una duración promedio de 3 minutos y 27 segundos (siendo la más corta de 1:18 [Expulsión parte I] y la más larga de 4:21 [Jesuitas y exorcismos]), que están articuladas por dos narradores –voz masculina y voz femenina- y ambientadas con música, efectos de sonido y material sonoro original de archivo.

Exposición. Para la exposición multimedia que se tituló *De los colegios a las universidades. Las enseñanzas jesuitas y sus relatos cotidianos*, y que se exhibió por alrededor de cuatro meses en la galería Andrea Pozzo, S.J. de la UIA, colaboré con la elaboración de guiones y el diseño sonoro de siete *clips* de audio que recrean la vida en un colegio jesuita del siglo XVII, así como: la creación de videos en soporte web que auxiliaban a la exposición desde códigos QR, el diseño y la edición de *clips* de video con datos anecdóticos sobre las universidades jesuitas que existen actualmente y de un mapamundi animado que presenta el panorama de fundación de universidades confiadas a la Compañía de Jesús durante el siglo XX.

Libro. En este producto, que es un pequeño libro impreso de 63 páginas acompañado de ilustraciones y titulado *¿Quiénes han sido los jesuitas?*, mi participación fue menor a la de los otros dos soportes. Mi colaboración consistió en proveer los guiones y la investigación de cada cápsula para que, a partir de ellas, la co-autora Perla Chinchilla –directora de la tesis- pudiera partir de ese contenido y aumentarlo o editarlo según las particularidades que implica un medio impreso como éste: como por ejemplo eliminar las reiteraciones que un libro no puede aguantar, mientras que los segmentos de audio –como las cápsulas- sí. De treinta cápsulas, aproximadamente la mitad fueron utilizadas para transformarlas en capítulos impresos del libro.¹

Por su naturaleza auditiva, las cápsulas se enfrentaron a un problema de guión y producción sonora que debió responder al espacio de la oralidad, de ahí que haya sido fundamental el uso de ideas cortas, contundentes y reiterativas. Se trata de explicar una historia acerca del proceso de construcción de identidad de la Compañía de Jesús en segmentos sonoros breves. Por su contenido limitado a aproximadamente 2000 caracteres por página (y tema), el fenómeno es similar en el caso del libro, sin embargo, lo escrito tiene una lógica diferente: no soporta las redundancias y requiere de un hilo conductor de principio a fin. Las ideas también son breves debido a su carácter de divulgación para un gran público. En general, el reto sustancial fue trabajar con grandes cantidades de información y bibliografía para reducir el contenido a sus

¹ Las particularidades de los procesos de producción de los tres soportes comunicativos se irán desarrollando más adelante.

características más vertebrales e ilustrativas. Es ahí donde la formación de historiador fue crucial: saber trabajar con contenidos de tipo historiográfico.

El contenido está centrado en la historia de la Compañía de Jesús, su función en términos de identidad y cómo ésta se va construyendo. En el transcurso de las cápsulas, algunos escenarios de la exposición, o el libro, es posible percibir los cambios que ha experimentado la Orden jesuita a través del tiempo y en diferentes contextos históricos, así como su interacción con el entorno en cuestión.

A través de los medios de comunicación -en este caso la radio, el impreso, y otros formatos audiovisuales- se buscó trazar productos comunicativos de contenido histórico lo suficientemente atractivos y elocuentes para buscar acceso a audiencias alternas más allá del sitio desde donde se produjo el material, o sea, la universidad. Con este tipo de proyecto se pretende divulgar historia a través de las técnicas de la comunicación y así trascender a un plano interdisciplinario. Es decir, que para producir un proyecto de este tipo no sea necesario trabajar con comunicador e historiador en figuras separadas: que el entendimiento no esté en riesgo. Por mi formación en Comunicación, en este proyecto fue posible jugar dos papeles: guionista e investigador.

Contextos y documentos. Breve panorama de la historia de los jesuitas

Una vez establecida la naturaleza del proyecto de tesis, y antes de desarrollar las particularidades técnicas y teóricas que se utilizaron para su producción, es necesario trazar un panorama histórico en donde puedan identificarse los diversos aspectos identitarios de la Compañía de Jesús que fueron extraídos de su historia para llevar a cabo los tres productos de divulgación.

Con este ejercicio se busca exponer cómo se fue desarrollando la contextualización a través de documentos historiográficos para lograr el recorrido histórico por puntos que fueron elementales para comprender la historia de los jesuitas en términos de su identidad. Esos mismos puntos -o momentos claves- fueron los que dieron forma a la estructura del paquete de cápsulas, que es la parte más sustancial de esta tesis. Tal contextualización fue posible gracias al acceso a documentos específicos y a un selecto material bibliográfico sobre la materia. En el recorrido irán apareciendo episodios históricos donde, una vez asidos a los rudimentos del historiador, fue posible situarse en el contexto para reconocer qué es lo que nos hace diferentes a los habitantes de ese 'pasado' según las condiciones de su 'mundo'. Al no estar presentes ya

los actores de esos momentos históricos, la alternativa que restó fue zambullirse a los documentos que puedan existir sobre el tema. Es por eso que este panorama tratará de ir acompañado de algunas de las fuentes con las que fue trazado.

Gracias a *Los jesuitas. Desde los orígenes hasta la supresión* –la obra de Sabina Pavone que fue fundamental para el proceso del seminario de investigación- y a *De la compositio loci a la república de las letras*, de Perla Chinchilla, aprendí que los *Ejercicios Espirituales* de Ignacio de Loyola pueden considerarse el documento más cercano a la identidad jesuita. Formulados hace casi cinco siglos –cuando el efervescente mundo del Renacimiento construía un ambiente de cambio en Occidente-, la ‘meditación’, el ‘discernimiento’ y la ‘composición del lugar’ conforman la sustancia de este documento tan estudiado por religiosos y laicos. Aprobados por el Papa en 1548, se trata de un método original donde el ejercitante busca componer un lugar desde dónde hablar con Dios. En los *Ejercicios*, piedra angular de la Compañía, pueden hallarse piezas claves para comprender la construcción del individuo moderno. Y al hacernos la pregunta ¿cómo pueden considerarse piedra angular de los jesuitas?, es donde se entiende que fue gracias al proyecto espiritual de Ignacio por el que un grupo de hombres se unió a él para organizarse y, posteriormente, conformar una nueva Orden religiosa que sería novedosa por las particularidades que el contexto histórico planteaba.

Así fue necesario también entender qué es una Orden religiosa: un organismo clave para el desarrollo de la Iglesia a través del tiempo, y lo que es considerado el punto intermedio entre Dios y los hombres. Como se les conoce hoy en día, las primeras órdenes religiosas se conformaron en la Edad Media. A partir de ahí, la vocación por vivir como se cree que vivió Jesucristo y la práctica de los tres votos: pobreza, castidad y obediencia, serán una constante entre este tipo de agrupaciones. Es en el siglo XIV cuando la Iglesia quedó conformada en dos grandes grupos: el clero secular –dependiente del Papado- y el clero regular –desde donde cada Orden se ajusta a sus propias reglas-.

A partir del voluminoso *Los primeros jesuitas*, de John W. O’Malley, se logró situar la época en que la Compañía de Jesús fue aprobada por el Papa como una Orden regular. Era 1540 –un momento particular donde era urgente combatir a la Reforma que ya había fragmentado al cristianismo en dos iglesias- y los jesuitas surgieron como novedad dentro del clero regular, ya que, contrario al retiro, salieron del claustro para acompañar a la cultura europea en su expansión por el mundo. De ahí su cuarto voto: una obediencia especial al Papa en la que están a sus órdenes para cruzar fronteras como misioneros.

Esa Reforma, tal como hallé en *The European Reformations* de Carter Lindberg – y otras fuentes- consistió en la radicalización de una serie de movimientos –ceranos al núcleo romano- que logró quebrar mil quinientos años de unidad cristiana. A partir de un clima de descontento se desencadenaron cuestionamientos teológicos desde el clero regular. Así, poco a poco, las posturas de personajes como Martín Lutero, Ulrico Zuinglio y Juan Calvino se convirtieron los pilares de la naciente iglesia protestante. La reacción católica centró su movimiento de Contrarreforma en la recuperación de los fieles que habían perdido o que estaban en peligro de convertirse. La recién fundada Compañía de Jesús fue pieza clave de esa reacción, ya que los jesuitas mostraban una rigurosa preparación intelectual para fungir como predicadores y guías espirituales. Tras las Guerras de Religión las dos iglesias quedarían consolidadas, y a partir de ahí la línea católica recargaría su actitud de devoción en el emergente mundo del Barroco: una época que, como explica José Antonio Maravall en *La cultura del barroco. Análisis de una estructura histórica*, marcará el inicio de la modernidad.

Paralelo a tales coyunturas, la misión jesuita ya se esparcía por el mundo. Como explican Sabina Pavone y otros autores, ya en el contexto del siglo XVI como siglo de los grandes descubrimientos, las rutas se abrieron hacia el Nuevo Mundo. Ahí es donde toca entender la influencia de los textos base que trazaron los primeros jesuitas para plantear las intenciones de la Compañía: constante movilidad. Así, el propósito de las llamadas *misiones internas* fue combatir el avance protestante, confirmar a los católicos y re-catequizar los sitios rurales alejados de las ciudades importantes. Fuera de Europa, las *misiones ultramar* buscaron evitar la llegada de la fractura religiosa. A diferencia de otras órdenes, la misión de la Compañía dejó de lado la mera conversión para apostar por un lento proceso de civilización en que la cultura occidental pudo afianzarse en nuevos territorios. Algunos ejemplos pueden ser las llamadas ‘reducciones’ del Paraguay, donde se buscó ‘reducir’ a los grupos llamados “guaraníes” a la vida civil con costumbres occidentales, mientras que en Oriente, donde se reconoció la existencia de una civilización desarrollada, el proceso evangélico se planteó desde una adopción y admiración de los usos y costumbres asiáticos. En los dos ejemplos, a largo plazo, el tipo de misión acarrearía duras críticas a la Compañía. Eran tiempos donde comenzaba a gestarse un discurso hostil hacia los jesuitas por parte de ciertos grupos con influencia política.

Mientras tanto, como también apunta Pavone, los colegios jesuitas pronto comenzaron a multiplicarse por Europa. Su ampliación a la enseñanza de los no religiosos –entre ellos los príncipes y la nobleza- fue decisiva para la re-catolización

que Roma echó a andar durante el contexto de la Reforma. También pronto surgiría la necesidad de reglamentar el carácter de la educación impartida por los jesuitas. Así, un documento que se llamó *Ratio studiorum* estableció las bases del sistema educativo de la Compañía. Basado en el modelo de la Universidad de París, el texto planteó características novedosas en función de modos de predicar, escribir y reconstruir el mundo religioso. Las clases se dividieron según la edad y preparación de los alumnos y, más allá de las Leyes y la Medicina, se hizo énfasis en las humanidades, como la filosofía, la teología y las artes.

Más adelante -y tomando en cuenta la ruptura del cristianismo- como explica Michel de Certeau en *La escritura de la historia*, el estado absoluto se hizo visible como centro de un nuevo orden. En su núcleo, el poder del rey pasó a representar la voluntad de Dios. El ejemplo arquetípico es la figura de Luis XIV, rey de Francia. Así, mientras el mundo religioso se diluía con el avance de la modernidad, poco a poco surgió un mundo laico donde se reordenaron las creencias de la sociedad: el lenguaje de la religión fue prestado al estado para legitimarse. En ese ambiente, la reagrupación de la nobleza alrededor de la corte real es clave para entender la conformación del nuevo orden político. Es en esta sociedad de corte donde los jesuitas actuarán como maestros, guías espirituales y confesores. Por la influencia política que adquirieron a partir de su presencia espiritual, las críticas fueron frecuentes. De este clima se derivó un anti-jesuitismo que tendría consecuencias a largo plazo. A pesar de la controversia, es un hecho que la presencia jesuita en la formación y el desarrollo de las cortes reales fue contundente.

Ya hacia el siglo XVIII, la época de la Ilustración comenzaba a cernir su discurso nacionalista y anti-clerical sobre la Compañía. Para analizar este ambiente previo a la expulsión y supresión de la Compañía, la obra de William V. Bangert, S.J., *Historia de la Compañía de Jesús*, fue de especial utilidad. Ahí se explica cómo distintos grupos coincidían en que la Compañía era un obstáculo para la formación de sociedades independientes a la Iglesia. Al ver en los jesuitas la esencia de la Iglesia romana, los frentes ilustrados compartían la idea de que los jesuitas perturbaban las bases laicas en que debían construirse los estados en el futuro. Los ataques a la Compañía se gestaron desde el plano de la política moderna y las pugnas concretas que había entre los estados y la Orden religiosa. A través de una crítica radical, se trataron de desbaratar las bases y doctrinas jesuitas. De esta forma, con parte de la opinión pública centrada en la efervescencia de las campañas anti-jesuitas, tocó a los monarcas ir de lo teórico a lo práctico. Así se fue consolidando el proyecto para destruir a la Compañía. Fue tal

la presión, el conflicto político y los ataques sistemáticos que cayeron sobre los jesuitas, que el Papa se vio obligado a suprimir a la orden. Con el breve *Dominus ac Redemptor*, promulgado en Roma el 21 de julio de 1773, Clemente XIV hizo oficial la supresión de la Compañía de Jesús.

Como también expone Bangert, a pesar de satisfacer muchos intereses políticos, la supresión de la Compañía de Jesús no fue reconocida en todas partes. Más allá de la extinción legal, hubo consecuencias particulares tras el decreto. Por diversos motivos políticos o ideológicos, no todos los estados nacionales aceptaron el documento de supresión. Un ejemplo clave es Rusia, donde Catalina II se negó a reconocer el breve de supresión. La zarina mantuvo a los jesuitas en sus puestos. Ese núcleo de la Compañía, con los años, se expandió para ser el semillero donde renacería la Orden. Además del soporte educativo que le otorgaban los jesuitas, la decisión de la emperatriz fue de corte político. Lo que deseaba era reafirmar la postura autónoma de Rusia ante el papado y los estados europeos de la época.

A más de cuarenta años de la supresión de la Compañía, las guerras napoleónicas tenían a Europa volcada. Producto de la mano dura de Napoleón Bonaparte, un nuevo orden se asomaba en la política internacional. En ese ambiente se gestaba el regreso de la Compañía de Jesús. El recuerdo fantasmal del *Terror* de la Revolución Francesa deambulaba por Europa y, tras la ruptura de una tradición monárquica de siglos pasados, parte de la población coincidió en preocuparse de nuevo por la religión. A más de cuarenta años de su supresión, las miradas volvían a posarse sobre la orden jesuita. A través de un comunicado papal llamado bula, utilizado para ocasiones solemnes, Pío séptimo hizo oficial la restauración de la Compañía. El documento se llamó *Sollicitudo omnium ecclesiarum*. Era 1814 y el siglo XIX estaba a punto de extenderse como una época plagada de inestabilidades. En pleno ajuste de nuevos tiempos políticos por la conformación de los estados nacionales, los jesuitas eran restaurados en un mundo que acarrearía climas de cambio. Un aspecto que los afectó directamente fue la separación de la Iglesia y el Estado. A continuación la Compañía de Jesús tendría que adaptarse a cada desarrollo nacional particular. Eran tiempos donde nuevos países emergían en Europa y otras partes del mundo. A pesar de la restauración legal, la recomposición de la Orden tomaría casi todo el siglo XIX. Durante ese tiempo, apostolados fundamentales de la Compañía –como los colegios o las misiones- tuvieron que depender del tipo de conflicto en sitios específicos. Así los jesuitas, durante esa compleja centuria, avanzaron o retrocedieron según el flujo de la batalla.

La primera década del siglo XX representaría una época de reconstrucción para la Compañía, pero es a partir de los años sesenta cuando los jesuitas volvieron a entrar con vigor a un momento clave para la Iglesia y el mundo. Al tratarse de un tema de historia reciente -que aún hoy puede prestarse a debates-, para tratar temáticas como el involucramiento de los jesuitas en el Concilio Vaticano Segundo o en el movimiento de la teología de la liberación, hubo que acudir a casi quince autores distintos -tanto detractores, simpatizantes o de posturas neutras- para lograr entender y explicar de forma equilibrada este tipo de acontecimientos. Así se pudo entender que el ambiente de preocupación y descontento posterior a la Segunda Guerra Mundial hizo explosión en la década de los sesenta. Ahí diversos ámbitos sociales -incluido el religioso- coincidían en que nunca antes el género humano había tenido tantas posibilidades tecnológicas y capacidad económica, y aún así gran parte de la población sufría de hambre, miseria y analfabetismo. En su época de mayor influencia, el pensamiento marxista daba explicaciones del fenómeno para muchos, entre ellos un grupo de católicos que más tarde desarrollaría el movimiento de la teología de la liberación. A noventa días de su elección como Papa, sorprendentemente Juan XXIII convocaba a un Concilio ecuménico. El Vaticano Segundo abrió su primera sesión en octubre de 1962 con la presencia de 2,500 obispos y teólogos expertos de todo el planeta. Para el Papa, el Concilio Vaticano Segundo era un intento por insertar a la Iglesia católica en la historia y la sociedad del siglo XX y ponerla en contacto con cuestiones de la época. Se trataba, según sus palabras, de: “abrir puertas y ventanas. Que entre aire fresco y saque el polvo imperial”. A través de ese gran espacio los jesuitas lograron entrar de lleno a un momento crucial para la Iglesia católica. Una de las palabras clave que circularon en tiempos del Concilio era *aggiornamento*: una actualización o puesta al día. Para ello, en cuatro sesiones de dos meses -durante más de tres años- se deliberaron y emprendieron acciones en función de una renovación de la Iglesia. En el Concilio se hizo un claro énfasis por proclamar a la Iglesia católica como una Iglesia de todos, especialmente de los pobres. Para su desarrollo se invitó a participar a teólogos que habían sido considerados “heterodoxos” o hasta “peligrosos”. En ese grupo de intelectuales figuraba un gran número de jesuitas y dominicos. Tras la conclusión del Concilio, el Superior General de la Compañía de Jesús, Pedro Arrupe, adoptó la “opción preferencial por los pobres” como camino para la Orden de su tiempo. Es en ese ambiente cuando, ante la pregunta ‘¿Cómo aplicar el Vaticano Segundo a América Latina?’ surgió el movimiento de la “Teología de la liberación”: una reacción moral ante la pobreza, la injusticia social y la opresión de los gobiernos. El movimiento, iniciado

por miembros del clero y en donde los jesuitas jugaron un papel fundamental, buscaba dar preferencia a la *praxis* -o práctica- sobre la doctrina. Muchos teólogos de la liberación acudieron al marxismo como una herramienta útil -desprendiéndose de su filosofía- para explicar el mundo social. Pero para sus detractores se trataba de un “marxismo cristianizado”. La segunda generación de la ‘Teología de la liberación’ estuvo conformada en su mayoría por jesuitas. Treinta miembros de la Compañía fueron asesinados en diversos asuntos de promoción de la justicia.

Finalmente, a través de investigación por Internet, especialmente en la página web de la curia de los jesuitas en Roma, se logró desarrollar contenido para explicar aspectos actuales sobre ministerios de la Compañía, como las fundaciones sociales y las universidades.

Sobre las fundaciones sociales -y habiendo entendido que el apostolado misionero de la Compañía de Jesús ha estado presente desde sus orígenes- toca reconocer que tras el crecimiento urbano y el desarrollo de grandes ciudades en las que existen cinturones de pobreza, se ha generado la necesidad de traducir el trabajo misionero en fundaciones sociales. A partir del siglo XX, el trabajo social de los jesuitas se ha caracterizado por estar atento a diversas problemáticas y retos del mundo contemporáneo. Algunos ejemplos son: centros de derechos humanos; misiones indígenas; casas de *Ejercicios Espirituales* y retiros para laicos; atención a migrantes; pastoral con enfermos de VIH y presos; articulación de comunidades juveniles; ecología; desarrollo comunitario; cooperativas; o violencia familiar, entre otras. También es importante hacer notar que, a diferencia del trabajo misionero en los primeros años de la Compañía, actualmente la labor social se realiza gracias a un gran número de voluntarios no religiosos. En algunos casos, más del noventa por ciento del personal es laico, mientras que el resto lo conforman jesuitas y miembros de otras congregaciones religiosas.

En cuanto a las universidades confiadas a la Compañía, toca decir que -hoy en día- son un elemento que caracteriza a los jesuitas en todo el mundo. Entre el siglo XIX y el XX, la educación universitaria se convirtió en uno de los retos fundamentales de la Compañía de Jesús. Este acento particular puede encontrarse en los documentos de las diversas Congregaciones Generales que ha realizado la Compañía en los últimos tiempos. Para los jesuitas, uno de los frutos de la educación universitaria debe ser la posibilidad de brindar atención espiritual a los jóvenes, así como ser un apostolado en constante actualización. Hoy existen casi 140 universidades jesuitas en los cinco

continentes y están organizadas en diversas redes regionales. De los 17,300 jesuitas que existen actualmente, aproximadamente la mitad trabaja desde las universidades.

Si bien existen universidades jesuitas aún activas que tienen más de cuatrocientos años de existencia -como la Pontificia Universidad Gregoriana de Roma, establecida por Ignacio de Loyola pocos años después de fundar la Orden- para entender el panorama actual de las instituciones jesuitas de educación superior toca viajar al siglo XIX, cuando la Compañía de Jesús se encontraba en pleno proceso de restauración. Entre 1810 y 1890 los jesuitas fundaron 22 universidades en los Estados Unidos. Se trataba de una enorme y joven nación en proceso de expansión donde urgían instituciones educativas. Ese siglo también fue testigo del surgimiento de seis instituciones jesuitas en Europa y cuatro en la India.

En la primera mitad del siglo XX hay registro de la fundación de 37 universidades de la Compañía: doce en Europa; ocho más en Estados Unidos y Canadá; ocho en Asia, incluido Japón, China y Filipinas; cinco en América Latina; tres en la India y una en Australia. En la segunda mitad del siglo XX -marcada por el ambiente de apertura y renovación de la Iglesia católica y de la misma Compañía de Jesús- las universidades jesuitas en América Latina se multiplicaron con ritmo vigoroso. En el periodo que fue de 1950 al año 2000 se fundaron 22 centros jesuitas de educación superior que van de México a Argentina. Esa misma época también vio la fundación de once universidades en la India; diez en Europa; cinco en Asia, incluido Nepal, Indonesia y Corea del Sur; y cuatro en África.

Hoy, en los albores del siglo XXI, las universidades confiadas a la Compañía de Jesús continúan estableciéndose en diferentes confines del mundo. La última fundación data de 2013, en Sevilla, España, con la apertura de la Universidad Loyola Andalucía.

El medio, el *masaje* y la Aldea Global

[...] vivimos en una aldea global...

un suceder simultáneo.

Hemos vuelto al espacio acústico.

Marshall McLuhan²

A finales de la década de los años sesenta del siglo XX Marshall McLuhan ya profetizaba la red de redes y sus efectos en las sociedades. Hoy, en los albores del siglo

² Marshall McLuhan, *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1988, p. 63.

XXI la comunicación instantánea y planetaria ya es una realidad. El avance implacable de las tecnologías de la comunicación ha ido moldeando los hábitos de consumo mediático de la gran audiencia.

Al ser un combustible crucial para el desarrollo de esta tesis, algunas características generales y herramientas del estudio de la comunicación merecen ser abordadas con la intención de desplegar su involucramiento con algunos aspectos de los tres productos de divulgación que se desarrollaron.

En una era donde la radio –como medio– y el radio –como aparato– han migrado de la sala de estar a múltiples plataformas portátiles, el habitante de la Aldea Global está expuesto a un mosaico inagotable de música, noticias, ideas e historias sin importar la ‘frecuencia’ en la que se encuentre. Consumir sonidos se ha hecho tan cotidiano como devorar letras. El “espacio acústico” ha hallado un lugar privilegiado dentro del abanico de posibilidades que poseen el auditorio... y sus sentidos. La idea de McLuhan sobre el mundo como aldea global “[...] surge principalmente de su concepción multisensorial sobre los medios electrónicos, como de las formas de comunicación tribal en el pasado, igualmente multisensoriales. Lo ‘global’ está referido al fenómeno de la simultaneidad e instantaneidad.”³ Sostenidas en la oralidad, a las treinta cápsulas que la radio les da soporte les toca sobrevolar la frecuencia modulada en lo que McLuhan llama una tercera etapa de la comunicación en la historia.

A lo largo de la historia se han franqueado tres etapas distintas: una primera tribal y oral en la que no existe desequilibrio entre los sentidos; una segunda en que el descubrimiento del alfabeto fónico y la escritura imponen el predominio del sentido de la vista sobre todos los demás, lo que generará “la destribalización, la descolectivización, la individualización, el pensamiento lineal y secuencial, el mercado, el público, la nación, el Estado centralizado [...] [y] una tercera dominada por la electrónica en la que se retorna al tribalismo y a una especie de aldea global sostenida por los nuevos medios de comunicación.”⁴

Asumidos en esta “tercera etapa”, donde la retórica aristotélica del *Orador-Discursos-Auditorio* ha mutado en el proceso básico de *Emisor-Mensaje-Receptor*, tocará ver hasta dónde el ‘mensaje-cápsulas’, el ‘mensaje-exposición multimedia’ o el ‘mensaje-libro’ surten efectos en un ‘receptor’ que, ya por lo pronto, se posó silencioso y expectante debajo de una “campana” para escuchar la guía de un tal “Benjamín” –ficticio estudiante

³ Andrés Del Bosque Prieto, *Elementos de comunicación*, Universidad Autónoma de Coahuila, México, 1981, p. 17.

⁴ J. M. Pérez Tornero, “El estímulo de McLuhan”, en: Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje...*, p. 164.

interno de cursos inferiores en un Colegio de Quito de hace más de cuatrocientos años- durante la exposición *De los colegios a las universidades. Las enseñanzas jesuitas y sus relatos cotidianos*. Esa “campana” de plástico sostenía a un pequeño aparato que reproducía –vía USB- un *soundscape* o ‘paisaje sonoro’ que emulaba los sonidos que posiblemente poblaban, por ejemplo, el refectorio de un antiguo colegio jesuita de la Provincia de Quito. Desde allí, la voz de aquel estudiante interno dirigida al espectador-viajero-del-tiempo describía los pormenores de su día. El ‘mecanismo-campana-USB’ funcionó, y puede decirse que hoy, una buena parte de la población de la universidad y otros asistentes pueden imaginar con más facilidad la vida de un estudiante de hace cuatrocientos años: “Los avances tecnológicos forman parte integral de los cambios en la forma de distribuir y consumir los medios masivos.”⁵

Así, la célebre frase del teórico canadiense, “el medio es el mensaje” “[...]” revela lo más decisivo de la teoría mcluhana: su determinismo tecnológico. McLuhan es materialista en su visión de la historia, un materialismo en que el papel de la infraestructura es atribuido a las tecnologías de la comunicación.”⁶ La estructura de soportes comunicativos como son la cápsula de radio, el *soundscape*, los *clips* articulados desde la animación digital, o el mismo libro que ve su producción en serie desde la imprenta, ofrecen diversas sensaciones y maneras de entender un mensaje –aunque su contenido gire en torno a un mismo tema- y, por lo tanto, de diferentes alternativas para digerirlo:

El “medio como masaje” resume la misma idea de un modo más gráfico; los medios manipulan a los receptores, los mueven, conforman su personalidad y su conciencia y todo ello incluso por encima de los contenidos que puedan transmitir. Los auténticos cambios introducidos por la imprenta fueron la constitución de bibliotecas, la creación de nuevas profesiones, la imposición de nuevas formas de memorización y de pensamiento ligadas a la linealidad de la escritura...⁷

De esta manera, si el medio es mensaje y masaje –y tomando en cuenta los soportes comunicativos en que se recargan los tres productos- debido a la importancia de la tecnología, los contenidos se ven obligados a sofisticar el canal que los sostiene. Más allá de que los efectos de los medios no tengan relación con el medio en sí, lo que dará prioridad al mensaje es el medio que lo transmite. Entonces, un público propenso y

⁵ Shirley Biagi, *Impacto de los medios. Introducción a los medios masivos de comunicación*, 7ª ed., Thomson, México, 2005, p. 6.

⁶ J. M. Pérez Tornero, *Op. cit.*, p. 165.

⁷ *Ibid.*, p. 165.

susceptible a utilizar el espacio acústico mental en forma de imaginación se verá más atraído al consumo de productos breves e independientes como son las cápsulas de radio; mientras que un consumidor que prefiera saciar su avidez de información desde un plano más individual e íntimo, según sus hábitos, quizá optará por la lectura del material impreso; y un espectador con inquietudes recargadas en la interacción con los medios hallará en la exposición multimedia una forma de consumo más acorde a sus necesidades y preferencias. Los medios “Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, [...] estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar. El medio es el masaje.”⁸

Si el producto de divulgación libro-con-ilustraciones podría llegar a ser considerado el más “tradicional” de los tres soportes comunicativos, con las cápsulas y la exposición es posible insertar al radioescucha-espectador de la historia de los jesuitas en las topografías de la Aldea Global: “La tecnología moderna, que comenzó por una recuperación visual del pasado mediante la letra impresa, ha llegado ahora al punto de la recuperación acústica y visual que nos instala una vez más en el corazón mismo de la conciencia y la experiencia primitivas.”⁹ O visto de otra manera, y tomando en cuenta la persecución en términos de historia en que está inscrita esta tesis, quizá los medios utilizados para su elaboración complementen todo el proceso de investigación, escritura y producción, para crear un solo producto integral con tres alternativas de divulgación: “La página impresa amplió el alcance del conocimiento histórico; el telégrafo y la TV¹⁰ completaron el proceso al convertir por igual en tiempo presente las últimas veinticuatro horas o los últimos veinticuatro milenios.”¹¹ Por lo tanto, con los tres soportes comunicativos que se han desarrollado, se trata de que el receptor amplíe sus posibilidades de consumo mediático a través de la tecnología con la intención de lograr impactos individuales y colectivos. Si “La rueda ...es una prolongación del pie[,] el libro es una prolongación del ojo... la ropa, una prolongación de la piel... el circuito eléctrico una prolongación del sistema nervioso central. Los medios, al modificar el ambiente, suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporciones únicas. La prolongación de cualquier sentido modifica

⁸ Marshall McLuhan, *Op. cit.*, p. 26.

⁹ Marshall McLuhan, *Contraexplosión*, Paidós, Buenos Aires, 1971, p. 115.

¹⁰ O la radio y otros medios audiovisuales.

¹¹ *Ibid.*, p. 122.

nuestra manera de pensar y de actuar –nuestra manera de percibir el mundo. Cuando esas proporciones cambian, los hombres cambian.”¹²

La radio: escritura y oralidad

Ya desde la producción de los guiones para las cápsulas de radio –y tomando en cuenta su naturaleza como medio de divulgación histórica- el proceso de escritura se vio condicionado por varios aspectos que tuvieron que ser considerados antes de echar mano del tintero. El principal fue el tipo de audiencia al que va dirigido: un auditorio vastísimo que trasciende a públicos más allá del espacio de la universidad... incluso más allá de las fronteras de la frecuencia modulada gracias a plataformas que proporciona el Internet.

Por su función comunicativa basada, de cepa, en la oralidad, la radio como medio en el siglo XXI coexiste entre múltiples plataformas mediáticas que no necesariamente utilizan al sonido como canal único. Si hace casi cinco siglos la ‘cultura oral’ fue desplazada por una ‘cultura del impreso’, hoy ese “desplazamiento” deja de meramente “sacar a algo de donde está”, para más bien estar en constante movimiento según las preferencias del receptor. A partir del siglo XX las audiencias han experimentado una vuelta, o más bien, un nuevo perfil multi-sensorial en donde sonido, imagen o letras pueden ser consumidos uno-por-uno o interconectados entre sí. Muy distintos se antojan los tiempos en donde se logró “[...] cortar el canal de comunicación entre oratoria sacra y auditorio (como grey), para convertirse en un lugar cerrado, una ‘república de las letras’, en la que los ‘oradores’ [...] se hablaban, o más bien, se escribían entre sí y el auditorio admiraba sus proezas.”¹³ Los productos que se desprenden de esta tesis lidian, por lo tanto, con un auditorio moderno (o posmoderno) vasto y complejo que no sólo admira, sino interactúa, se involucra y sabe producir retroalimentaciones.

Entonces, el radioescucha posee una serie de alternativas de entretenimiento y, por lo tanto, toca estar conscientes de los materiales, discursos y lenguajes con que se “compite” tanto en el cuadrante como en otros confines. Porque se trata de una

[...] audiencia que puede perderse rápida y fácilmente con un solo movimiento de un dedo, la empatía emocional también debe establecerse. El uso de impresiones emocionales

¹² Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje...*, pp. 31-41.

¹³ Perla Chinchilla Pawling, *De la compositio loci a la república de las letras. Predicación jesuita en el siglo XVII novohispano*, Universidad Iberoamericana, México, 2004, p. 16.

universales es importante porque la audiencia, en gran medida, es desconocida para el escritor y no puede sentirse o medirse ninguna respuesta inmediata que determine la reacción de la audiencia.¹⁴

Así, es imperativo reconocer -con el propósito de que el mensaje llegue a buen puerto- que:

La audiencia de la televisión y la radio, en general, viendo o escuchando cualquier realización, es propensa a tener más opiniones diversas; prejuicios emocionales; contextos educativos, sociales y políticos; y creencias personales, que la audiencia del teatro o el cine. La audiencia de los medios masivos es tan variada como la población de los Estados Unidos.¹⁵

Tomando en cuenta estas descripciones alrededor de los auditorios, es importante -antes de pasar a particularidades sobre la estructura de la cápsula de radio como un segmento sonoro que describe características identitarias de los jesuitas- señalar algunos datos estadísticos que pueden dar algunas ideas sobre los diversos tipos de espacios en que la radio como medio es consumida. Según encuestas realizadas por el Radio Advertising Bureau de Estados Unidos en 2003: el 40 por ciento de los radioescuchas utiliza el radio desde su casa, el 33 en el automóvil, el 25 en el trabajo, y un dos por ciento en “otras” plataformas^{16,17}

Si bien el motor de contenido que mueve a esta tesis es la búsqueda de aspectos identitarios para exponer los rasgos vertebrales de una organización -la Compañía de Jesús- y no ser un mero ‘relato’, la estructura de las cápsulas y de algunos guiones utilizados en la exposición pueden ser analizados -mas no entendidos- como pequeños relatos que, en conjunto, pueden construir una identidad. Si se entiende al relato como “[...] la representación de un acontecimiento o de una serie de acontecimientos, reales o ficticios, por medio del lenguaje, y más particularmente del lenguaje escrito.”¹⁸ toca cotejar qué tipo de relato -o cuáles características de éste- es el más indicado para transmitir a través de la radio, según las posibilidades técnicas que ésta ofrece como medio masivo.

¹⁴ Robert L. Hilliard, *Writing for Television and Radio*, 2ª ed., Hastings House, Nueva York, 1971, p. 11.

¹⁵ *Ibid.*, p. 12.

¹⁶ Es importante tener en cuenta que en los últimos años las nuevas tecnologías impulsadas a través de los *smartphones* han ampliado el consumo a otras plataformas además de las que se presentan aquí. Aún así, la estadística engloba a las más tradicionales, que todavía son vigentes.

¹⁷ Shirley Biagi, *Op. cit.*, p. 112.

¹⁸ Gérard Genette, “Fronteras del relato”, en: Roland Barthes, *et. al.*, *Análisis estructural del relato*, Ediciones Coyoacán, México, 2006, p. 199.

Por su contenido de naturaleza documental las cápsulas sobre la historia de la Compañía de Jesús podrían encajonarse o, por lo menos, sesgarse hacia un tipo de relato descriptivo. Pero si guionista y productor se empeñan en ofrecer un producto más atractivo para competir en una frecuencia saturada, es ahí cuando quizá es conveniente recurrir a técnicas literarias que sugieran un consumo más cercano al relato-narración –con lo que esto implica en cuanto a espacios y personajes- y no necesariamente limitarse –mas no abstenerse- a un discurso meramente descriptivo de un acontecimiento histórico.

Si se entiende que

Todo relato comporta, en efecto, aunque íntimamente mezcladas y en proporciones muy variables, por una parte representaciones de acciones y de acontecimientos que constituyen la narración propiamente dicha y por otra parte representaciones de objetos o de personajes que constituyen lo que hoy se llama la *descripción*. La oposición entre narración y descripción, por lo demás acentuada por la tradición escolar, es uno de los rasgos más característicos de nuestra conciencia literaria.¹⁹

Entonces puede decirse que las cápsulas sobre los jesuitas navegan por dos tipos de relato, hasta crear una suerte de relato sonoro híbrido que se pasea entre datos descriptivos y párrafos narrativos. Es así cómo –y citando algunos ejemplos- en una misma cápsula puedan existir fragmentos como: “*De la Europa dividida en dos iglesias, a los desiertos de la India; del archipiélago japonés y los escarpados de la China, hasta las cataratas sudamericanas. Las misiones jesuitas son una característica esencial para comprender a una orden religiosa que surgió cruzando fronteras.*”, y, más adelante: “[...] *Al esparcirse por el mundo, la propagación de la fe y la conversión de nuevos adeptos marcó el carácter apostólico jesuita.*”; o, ir de: “*Tras la expulsión, la opinión del colegio cardenalicio se dividió. A pesar de las presiones políticas, un grupo defendió a la Compañía. Pero otro sector, preocupado por la imagen de la Iglesia católica, veía en la supresión de la orden jesuita la única manera de conservar la autonomía del papado.*” a “*Al momento de la supresión había 23,000 jesuitas en el mundo. Su superior general, Lorenzo Ricci, fue confinado al castillo de Sant’Angelo en Roma. Ahí pasó sus últimos días.*”; o también, de: “[...] *La imagen de Ignacio como ‘echador de demonios’ se concibe en el contexto de finales del siglo XVI, cuando una de las prioridades de la Iglesia estaba en enfrentar el problema del ‘Diablo’ y lo desconocido. A partir de ahí comienza a establecerse la figura del exorcista jesuita.*” a algo más

¹⁹ *Ibid.* p. 204.

particular como: “[...] *Un documento registra que, en la Viena de 1583, un grupo de jesuitas exorcizó durante ocho semanas a una joven de dieciséis años que estaba poseída por 12,652 demonios.*”. Es decir, mientras que algunos segmentos de una cápsula puedan contener datos objetivos con propósitos hacia las cualidades descriptivas, en otros yacen pequeñas narraciones con información que puede ser sometida más directamente a la imaginación y la composición de sitios en el espacio acústico. Todo con la idea de mantener al radioescucha en sintonía y ofrecer algo más que información documental.

En ningún momento esto significa que los segmentos *descriptivos* puedan ser motivo de aversión para el público-masa. Más bien se trata de que las temáticas más susceptibles de explicarse vía conceptos o contextos históricos hallen espacio allí; mientras que los contenidos de corte más anecdótico o con cualidades que apelen más a la imaginación individual puedan tejerse desde un segmento *narrativo*. Las cápsulas deberán estar equilibradas entre estos dos tipos de “segmentos”. Así, el peso y el valor académico-documental se ve complementado por características narrativas heredadas por esa idea de la radio como caja-relatora-de-historias, la misma que por generaciones emitía su voz desde una sala familiar acompañada por el crepitar de una chimenea, en los tiempos del radioteatro o de *La guerra de los mundos* de Welles. Se trata de entender y consumir a la cápsula como un producto sonoro donde puedan *describirse*, explicarse y desarrollarse conceptos como ‘Ejercicios Espirituales’, ‘Reformas’, ‘Barroco’, ‘Ilustración’, o hasta ‘teología de la liberación’; acompañados de *narraciones* cuyos personajes pueden ir de un Ignacio de Loyola a un Martín Lutero, de un Voltaire a una Catalina II, o de un Napoleón hasta un Pedro Arrupe.

Como apunta Perla Chinchilla en su *De la compositio loci a la república de las letras*, así como existe una “[...] potencial capacidad analítica de la escritura, frente a la característica fundamentalmente acumulativa de la oralidad”²⁰ los elementos que puede poseer un producto como la cápsula radiofónica “[...] no tienden a ser entidades simples, sino grupos de entidades, tales como términos, locuciones o epítetos.”²¹ De esta manera, exponer aspectos medulares sobre la historia de la Compañía desde un canal sostenido por el audio se antoja como una tarea que posee una serie de posibilidades que, de saberse utilizar adecuadamente, lograrán generar una experiencia de consumo con características inherentes a la divulgación y a lo didáctico, como por ejemplo la reiteración y acumulación de datos, o la invitación que lo sonoro hace por la imaginación: es decir, elaborar productos que contengan el uso de la llamada

²⁰ Perla Chinchilla Pawling, *Op. cit.*, p. 18.

²¹ *Idem*

amplificatio, más puntualmente: “[...] la comunicación oral es acumulativa y ‘copiosa’ – redundante–, ahora bien, al recurso retórico que ha de conseguir esta acumulación y reiteración se le conoce como *amplificatio* o “amplificación”²². Como escribió el jesuita estadounidense Walter J. Ong²³ en su *Oralidad y escritura. Tecnología de la palabra* –y que recoge Perla Chinchilla–: “El pensamiento extenso de bases orales, aunque no en verso formal, tiende a ser sumamente rítmico, pues el ritmo ayuda a la memoria, incluso fisiológicamente”²⁴. Como puede escucharse en las cápsulas que conforman el paquete para esta tesis, la reiteración de informaciones claves para entender los contextos históricos por los que viaja cada segmento –porque “Una vez adquirido el conocimiento habrá de repetirse frecuentemente o se perderá”²⁵– van, a su vez, acompañados por una minuciosa selección musical y de ambientes de fondo destinados a envolver al radioescucha con la época y temática en cuestión. Así se echa mano de algunas de las características centrales de la ‘cultura oral’ que se enumeran en *De la compositio loci a la república de las letras* –y que contienen fragmentos tanto de la obras de Ong como de la de Niklas Luhmann–. Entonces puede decirse que en las cápsulas para radio se puso especial atención en que su contenido haya sido: acumulativo, antes que subordinado; si no copioso en cuanto a duración –mas sí en contenido– también redundante, ya que como expresa Ong: “La redundancia, la repetición de lo apenas dicho, mantiene eficazmente tanto al hablante como al oyente en la misma sintonía”²⁶; ²⁷ y en esa misma línea –en la que las cápsulas no pueden sobrepasar los cuatro minutos– dice Luhmann: “la palabra hablada invade, se afirma, pretende tener preeminencia. En una medida mucho mayor que la del texto escrito, es idéntica a la situación, pero no por eso puede ni siquiera durar más allá de la situación”²⁸; y al hablar de que la voz llena el espacio, esto puede empatar con lo que dice Ong: “el

²² *Op. cit.*, p. 24.

²³ Cuya tesis de maestría en la Saint Louis University –sobre ritmos en la poesía– fue supervisada por un joven Marshall McLuhan.

²⁴ *Ibid.*, p. 18.

²⁵ *Idem*

²⁶ *Op. cit.*, p. 19.

²⁷ Vale la pena también citar un ejemplo que recoge la doctora Chinchilla y que proviene de *Die Realitat der Massen medien* de Luhman, en donde se refiere, en esta caso, a la publicidad: “el valor reflexivo de la información es utilizado como indicador de la importancia de lo que se debe recordar: el mismo anuncio se repetirá para que el lector, que se da cuenta de la repetición, esté informado sobre el valor [calidad] del producto.”

²⁸ *Op. cit.*, p. 19.

sonido envuelve al oyente”²⁹ y lo que escribió McLuhan en *El medio es el mensaje*, y que también se menciona en este estudio introductorio. También vale la pena exponer

En otros aspectos, al enfrentar a las cápsulas de radio con algún tipo de análisis estructural sobre el ‘relato’ que contienen es posible entender cómo la escritura puede insertarse en un medio secundario y, así, ampliar los alcances de su mensaje hacia el ámbito sonoro, sin perder los pilares de su discurso: “Por la radio, el habla se ve reducida igualmente a un único sentido: el auditivo-aural. La radio no es habla aunque, como la escritura, parezca ‘contenerla’. Nuestra ilusión de ‘contenido’ deriva de que un medio está ‘dentro’ de otro o es simultáneo con éste.”³⁰

Al hablar de ‘radioescucha’ e ‘imaginación’ no es posible –en el contexto de las cápsulas sobre los jesuitas– dejar de reparar en la ‘composición del lugar’, la *compositio loci* que mana de los *Ejercicios espirituales* de Ignacio y de la que la Compañía de Jesús es heredera. Los *Ejercicios* ignacianos pueden ser, precisamente –y sin ánimos de ningún atrevimiento– un gran ejemplo que bien puede evocar a la tarea del trazo de guión-libreto para el paquete de cápsulas. En los albores del siglo XXI, cuando medios de comunicación de naturaleza ‘oral’, ‘escrita’ o híbridos pululan entre las posibilidades de entretenimiento del receptor, es casi menester incluir en este estudio qué es lo que hace tan complejo y sugerente a una obra trazada hace casi quinientos años. En los *Ejercicios Espirituales* “[...] se aprecia una sutil tensión entre una espiritualidad perteneciente al mundo de la oralidad, que se desvanecía, y el de la imprenta, que subrepticamente iba cobrando fuerza. [...] se trata de ejercicios, no de ideas que, al modo de un guión escenográfico de teatro, proporcionaban las condiciones para que se estableciera un coloquio entre el ejercitante y su guía espiritual, y del primero con Dios.”³¹ y así “[...] los *Ejercicios* representan la puerta que se cierra: la de la cultura de la oralidad y la mística; en tanto que se abre la de la escritura y la piedad barrocas. La *compositio loci* es la bisagra que una ambas.”³² Esa bisagra será el meta-medio de comunicación que aquí puede funcionar para ir más allá del mero guión radiofónico y llegar a la tarea de ‘componer lugares sónicos’ para el radioescucha. Del pre-texto del libro fundacional de la Compañía de Jesús se pueden extraer técnicas de comunicación: repetición, tratamiento para generar contenidos memorizables, acumulación de datos... *amplificatio* aplicada a la radio FM de hoy. Si la tradición jesuita convirtió a los

²⁹ *Idem*

³⁰ Marshall McLuhan, *Contraexplosión*, p. 24.

³¹ Perla Chinchilla Pawling, *Op. cit.*, 133.

³² *Ibid.*, p. 134.

Ejercicios en un “[...] libro devocional [...], guía de la espiritualidad de los hijos de Ignacio, y los fue llenando de contenido pedagógico ‘memorable’ y ‘memorizable’: la *compositio loci* ha sido el diamante polifacético que permitiría las diversas versiones.”³³ entonces ¿cómo saber utilizar una obra de formato tan atractivo para fines de divulgación en radio? Si “[...] lo que Loyola proporcionó al creyente fue la ‘organización de un lugar’ desde dónde hablar con Dios, precisamente la composición del lugar, la *compositio loci*, la pieza clave y más resaltada de los *Ejercicios espirituales*”³⁴ puede dar las pistas necesarias –no para hablar con Dios- pero sí para trazar o componer un espacio sonoro –ya sea en cápsulas o en *soundscaapes* que recreen un colegio jesuita de hace cuatrocientos años- que sea envolvente para el auditorio, que amplifique información sobre la identidad de una Orden en la mente del receptor del siglo XXI, e incluso para corroborar que sigue siendo posible “reiterar sin aburrir”.

Se trata de lanzar ‘al aire’ un producto que sugerirá alternativas de impacto mental a la imaginación, que no necesariamente respondan al espacio íntimo de la lectura lineal y en donde el lector marca sus propios ritmos de consumo. Como la *aguja hipodérmica*, la cápsula es “inyectada” y, durante el transcurso de su duración, el receptor puede arrojarse de lleno a los recursos que su propio espacio acústico le proporcionen: “El oral es el mundo de lo no lineal, de la simultaneidad y de la percepción extrasensorial. En el espacio acústico no hay líneas o direcciones sino más bien un campo simultáneo.”³⁵ La cápsula de radio como embajada sonora de lo extrasensorial: “Las palabras son una armonía orquestal de tacto, gusto, vista, sonido.”³⁶

Es ahí cuando, a manera de paréntesis, toca ser cautelosos con esa ‘armonía orquestal’. Se ha escrito tanto sobre los efectos de la radio como medio masivo que hemos entendido que cada contenido es complejo por sí mismo y, por lo tanto, debe tratarse con cuidados casi quirúrgicos. De un ejemplo arquetípico sobre los efectos violentos impulsados desde la radio, como fue la propaganda enhebrada hábilmente por Joseph Goebbels en la Alemania nacionalsocialista, surgieron lecciones contundentes sobre el poder y las posibilidades de un medio como la radio:

³³ *Ibid.*, p. 133.

³⁴ *Ibid.*, p. 143.

³⁵ Marshall McLuhan, *Contraexplosión*, p. 83.

³⁶ *Op. cit.*, p. 117.

Cuando las imágenes o la identidad, privada o colectiva, son confusas, la respuesta natural es la violencia ciega. Esa violencia no implica jamás la búsqueda de una meta sino de una imagen. Este fue el HORROR³⁷ de Hitler. “Encendidos” tribalmente por la radio, los alemanes se precipitaron en la violencia para tratar de hallar una nueva identidad que respondiera a su nueva dimensión psíquica. Disiparon este reciente recurso en una guerra cuyas metas eran retrospectivas. Emplearon la tecnología mecánica del siglo diecinueve en la quimera de marchar al encuentro de un destino siglo veinte.³⁸

Entonces, en un proceso de producción cuya temática gira, en términos generales, alrededor de la religión –implacable motivo de disensos a lo largo de la Historia-, o particularmente en la historia sobre una Orden religiosa católica del clero regular, la cautela del guionista-escritor debe entenderse siempre empeñada en lograr un equilibrio objetivo basado en los propósitos de divulgación histórica. Que los extremos –llámense “propaganda” o “hagiografía”- no hallen resquicio para emitir asomo alguno.

Esto debe entenderse a sabiendas de la importante presencia que –contra pronóstico- continúa teniendo la radio en el panorama mediático actual, “[...] el medio que alguna vez fuera centro de atención en la sala de todas las casas, ha pasado a la recámara, el automóvil y el baño. La radio le despierta y le acompaña cuando se va a dormir. [...] La radio incluso le sigue a su computadora cuando le escucha por Internet.”³⁹ Solamente en Estados Unidos⁴⁰ el 99 por ciento de los hogares cuentan con un radio; el 95 por ciento de los automóviles cuentan con radio, que llega a cuatro de cada cinco adultos, al menos una vez por semana mientras viajan en sus vehículos; 40 por ciento de las personas escuchan radio a alguna hora entre las seis de la mañana y las doce de la noche; y más de 3000 estaciones transmiten vía Internet⁴¹.

Construir una identidad

Insertada en el proyecto conmemorativo *1814-2014: Construcción de una identidad. La Compañía de Jesús ante su Restauración*, los productos de divulgación que se desprenden de esta tesis tienen como común denominador tratar de ser soportes que ayuden al receptor (radioescucha-espectador-lector) a conocer los elementos identitarios que

³⁷ Mayúsculas en el original.

³⁸ *Op. cit.*, p. 141.

³⁹ Shirley Biagi, *Op. cit.*, pp. 107-108.

⁴⁰ Si bien las estadísticas no incluyen a México, el tipo de acceso mediático del estadounidense puede funcionar como un buen molde de ejemplo, ya que los modos consumo son similares en cuanto a importación de formatos y contenidos.

⁴¹ *Op. cit.*, p. 108.

hacen peculiar a una organización o colectividad, en este caso, la Compañía de Jesús. A partir de distintos aspectos sobre la historia de los jesuitas se busca explicar cómo se construye la identidad de esta Orden católica del clero regular. Es por eso que no se trata de narrar la vida de personas en particular –el ‘quién’ hizo–, sino de exponer qué tipo características son vertebrales para entender cómo se edifica la identidad de una organización con miembros. Y es que, por poner un solo ejemplo –casi arquetípico– en el proceso de construcción de identidades sociales no interesa el ‘quién’-Ignacio de Loyola, sino el ‘papel’ de un padre fundador de Orden.

Al crear productos de divulgación de donde se puedan extraer aspectos en términos de la identidad de la Compañía de Jesús, uno de los retos sustanciales fue comprender a la Orden como una organización que estuvo y ha estado expuesta a diversas experiencias y cambios desde su fundación: de un Antiguo Régimen y la temprana Compañía de Ignacio y los primeros jesuitas; al proceso de expulsión, supresión y restauración; para luego tratar de entender un complejo siglo XIX plagado de inestabilidades; después comprender los grandes cambios que sacudieron a la agrupación en décadas como los sesenta y setenta del siglo XX; y finalmente hallar una manera de explicar el estatus de la Compañía según el panorama actual: desde su participación en fundaciones sociales o su organización en diferentes provincias, hasta cómo se plantea el escenario de las universidades jesuitas en el mundo.

A través de la investigación que se hizo alrededor de la historia de la Compañía de Jesús, esos cambios –así como sus continuidades– se van manifestando paulatinamente para, en una suerte de criba, ir recopilando todos aquellos elementos que son medulares para la construcción de su identidad y, posteriormente, configurar productos de comunicación donde el personaje principal es “la Compañía” y “los jesuitas”. Así, recogiendo un pensamiento de Paul Ricoeur basado en la obra de Fernand Braudel, y que Luis Vergara expone:

En opinión de Ricoeur, atender a esta naturaleza narrativa profunda del carácter es de particular importancia en las caso de las identidades de las *comunidades históricas*: “Cuando Fernand Braudel trata de *L’Identité de la France*, intenta, ciertamente, extraer rasgos diferenciales duraderos, es decir, permanentes, *en los que* se reconoce a Francia en cuanto cuasi-personaje.⁴²

⁴² Luis Vergara, “Identidades y procesos de modernización. Algunos fundamentos teóricos”, en: Perla Chinchilla (Coord.), *Procesos de construcción de las identidades de México. De la historia nacional a la historia de las identidades. Nueva España, siglos XVI-XVIII*, Universidad Iberoamericana, México, 2010, p. 26.

Entonces, al ir constatando -a través del consumo de la historiografía dedicada a la Compañía- aquellos puntos vertebrales que demarcan el espacio en el que se construye la identidad de los jesuitas, no es sorprendente reparar en momentos en que el accionar histórico de la Orden la va posicionando como “educadora” o “misionera”, hasta “peligrosa” y “atacada”, y así “Podemos [...] preguntarnos de qué manera la identidad de ciertos grupos, sectores, instituciones, etcétera han contribuido en los hechos a la realización de sus elementos constitutivos.”⁴³

De crucial importancia es el hecho de que hay que tomar en cuenta que el surgimiento de la Compañía de Jesús se da en un proceso crítico de la historia, cuando la efervescencia del Renacimiento iba empujando cambios dramáticos en donde: de las poblaciones masificadas que se agrupaban alrededor de la tradición oral, va asomándose el “individuo” que habitará en la era moderna. El mismo Ignacio de Loyola es un “personaje de frontera” que tiene un pie en el medioevo y el mundo de la oralidad, y otro que ya se va posando en el mundo del impreso y la ruptura del cristianismo... delante de él ya retruecan los vientos de la modernidad. Hay que

[...] dar cuenta del complejo proceso de construcción y reproducción identitaria en el tiempo. Hay, no obstante, que partir del presupuesto de que las organizaciones cobran una especial importancia en la modernidad, amén de que la capacidad de vinculación dentro de las mismas que tiene la sociedad actual -gracias a las tecnologías de la comunicación, por ejemplo- no puede compararse con las organizaciones del Antiguo Régimen⁴⁴.

A partir de aquí, entonces, la búsqueda de elementos de identidad con miras a la formulación de los tres productos de divulgación, se vio enmarcada en un gran segmento general: la modernidad, en donde, a su vez, diversos momentos particulares de la historia influirán -directa o indirectamente- en el funcionamiento de la Compañía de Jesús. De esta forma se entiende que tal búsqueda no se trató necesariamente de una recopilación de datos y fechas, sino más bien una investigación y pesquisa de aquellos aspectos clave en la identidad de los jesuitas, para crear soportes de divulgación histórica cuya elaboración apeló más hacia una manera constructivista de utilizar a la Historia. Basado en el pregunta ‘¿cómo se construye una identidad?’, el material que se seleccionó para nutrir los productos de comunicación correspondió, precisamente, a lo que responde a esa pregunta.

⁴³ *Op. cit.*, p. 70.

⁴⁴ Perla Chinchilla Pawling, “Procesos de construcción de identidades: el caso de la predicación en el Antiguo Régimen”, en: Perla Chinchilla, *Op. cit.*, p. 168.

II. Del canal al soporte comunicativo

¿En qué *canal*?

A manera de un estado de la cuestión, este apartado está orientado a describir las particularidades técnicas del proceso de construcción de los tres soportes comunicativos y el material de fuentes que se utilizó. También se tratarán de explicar algunas de las características metodológicas, así como el tipo de tratamiento que se buscó para que el mensaje de cada producto cumpliera con sus respectivos requisitos en materia de comunicación.

En primer lugar, y tomando en cuenta la variedad de plataformas comunicativas que se desarrollaron, toca establecer la importancia del concepto de “canal” como parte del proceso de comunicación: “La idea de canal resulta indispensable al hablar de comunicación como un proceso, ya que es precisamente aquél el que mediará en la transmisión de información.”⁴⁵ De esta manera, el canal-radio o el canal-exposición se ven condicionados por ciertas características que cada uno posee, que difieren entre sí y que tienen que adecuarse a un formato particular según el ambiente en el que son expuestos al receptor, “*El canal* utilizado condicionará de igual forma la eficacia en el proceso de la comunicación.”⁴⁶

Es menester, antes de plantear metodologías soporte-por-soporte, desplegar un modelo que no ha perdido vigencia desde el *boom* de las teorías de la comunicación. Se trata del modelo de Harold Lasswell: ‘QUIÉN comunica QUÉ a quién a través de QUÉ canal y con QUÉ efecto’, que, en este caso, lo podemos desarrollar de la siguiente manera:

En cuanto a las *cápsulas de radio*: Un grupo de *científicos y académicos* (historiadores y comunicadores) a través de su estación de radio (Ibero 90.9 FM) comunica *Una serie de elementos identitarios sobre los jesuitas a través de su historia* repartidos en pequeños segmentos sonoros a través de *La radio* con un efecto que, se presume⁴⁷, sea divulgar esa historia a una gran audiencia que vive en la ciudad de México o que consume radio por Internet.

⁴⁵ Andrés Del Bosque Prieto, *Op. cit.*, p. 40.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 44.

⁴⁷ En futuros estudios podrían utilizarse métodos estadísticos y de encuestas para tener un registro cuantitativo y cualitativo sobre los efectos de este tipo de soportes.

En cuanto a la *exposición*: Un grupo de *científicos y académicos* (historiadores y comunicadores) a través de una exhibición en una galería comunica *Una reproducción física y sonora de un colegio jesuita del Antiguo Régimen y una serie de datos concernientes al ámbito de la educación jesuita* distribuidos en diferentes espacios a través de *Mecanismos de audio y pantallas* con un efecto que, se presume, sea describir para el espectador una idea de lo que pudo ser un colegio de hace cuatrocientos años, así como plantearle un panorama histórico y actual de las instituciones educativas de la Compañía de Jesús.

En cuanto al *libro ilustrado*: Un grupo de *científicos y académicos* (historiadores y comunicadores) a través de un material impreso comunica *Una serie de elementos identitarios sobre los jesuitas a través de su historia* repartidos en breves capítulos acompañados de ilustraciones a través de un *Libro* con un efecto que, se presume, sea divulgar esa historia a públicos lectores que la consumirán individualmente.

Una vez desplegado el modelo, toca exponer un concepto medular dentro del proceso de comunicación:

“El *mensaje* es aquel que debidamente estructurado hace posible la transmisión del contenido, dándole forma a éste mediante el uso de un sistema de signos llamado *código* y con un *tratamiento* determinado que se refiere no sólo a las decisiones de la fuente al seleccionar y estructurar el mensaje, sino al criterio y la intención con que lo hace. [...] El mensaje podrá ser transmitido por un canal o medio determinado que lo haría llegar a un receptor o destinatario que decodificará y captará la información, respondiendo a ella en cualquier forma, ya que incluso, la no respuesta se consideraría como una forma de respuesta dado el caso.”⁴⁸

Tales “códigos” se entienden como “[...] el paquete de signos que seleccionaremos para dar cuerpo a la información, ya sea mediante símbolos verbales, imágenes, etcétera.”⁴⁹ Entonces, si se entiende que el mensaje primario que carga cada soporte comunicativo es exponer aspectos sobre la identidad de los jesuitas a través de su historia y a sabiendas de que cada canal -aunque en general persiga la difusión del mismo mensaje- varía en cuanto a su formato, es necesario desgranar la intención del mensaje de cada producto en cuanto a la estructuración de su contenido:

En las *cápsulas de radio*, el contenido se formó a través de una serie de códigos, a saber: voz masculina, voz femenina, fondos ambientales, fragmentos musicales, efectos de sonido, un *intro* y un *outro*. En cuanto al tratamiento: por la diversidad de audiencias

⁴⁸ *Op. cit.*, pp. 41-42.

⁴⁹ *Op. cit.*, p. 43.

a las que va destinado –y tomando en cuenta su naturaleza sonora- los guiones están trazados con ideas cortas, reiterativas, acumulativas –*amplificatio*, como se vio en el apartado dedicado a la “oralidad” y la escritura- y conceptos sintéticos. Los ambientes sugieren neutralidad al explicar algún contenido abstracto, la música plantea estados de ánimo según el momento histórico al que se hace referencia, y los efectos funcionan para marcar pautas o resaltar alguna idea.

En la *exposición* hay una variedad de formatos. Por un lado los *soundscape*s contienen códigos basados en una voz-guía dramatizada y acuden a una serie de efectos de audio que, reunidos, buscan describir un espacio imaginario al que el espectador no tiene acceso. Por otro lado, en el material visual de video recurre a códigos articulados desde la animación digital: mapamundi, imágenes en movimiento y estáticas, banderas, escudos, etcétera.

El *libro* está estructurado con un orden cronológico respecto a cada capítulo. Los códigos con los que cuenta pueden considerarse tradicionales: texto e imagen. En cuanto al texto –y a diferencia de la cápsula- el material impreso no soporta las reiteraciones, mientras que las ideas pueden ser más largas y contener mayores detalles. Y sobre la imagen, las ilustraciones poseen un trazo informal que no necesariamente busca ser realista en cuanto a proporciones o espacios, de esta manera cumple con el requisito que cada texto también sostiene: contenido amigable y digerible para variados públicos lectores.

De esta forma pueden quedar justificados –según el tipo de audiencia y el espacio de consumo- los modos de *tratamiento* que se utilizaron, que son “[...] la forma en que decidamos estructurar el mensaje con base en nuestro propósito y pensando también en nuestro receptor, quien habrá de interpretar el sentido de nuestro mensaje. La forma en que redactemos y el criterio con el que lo hagamos serán aquí de gran importancia.”⁵⁰

Finalmente, para cerrar esta aproximación a cuestiones metodológicas generales, es indispensable exponer las fuentes bibliográficas utilizadas para la investigación, el desarrollo, la producción y la justificación de esta tesis, las cuales he dividido en tres grupos: bibliografía histórica en general, bibliografía histórica sobre los jesuitas y bibliografía sobre comunicación.⁵¹

⁵⁰ *Idem*

⁵¹ Ver: “Anexo (Bibliografía)”.

Sobre las cápsulas

Si se quieren exponer particularidades técnicas alrededor del proceso de producción de la cápsulas de radio, es necesario plantear lo que en el ámbito de la producción mediática es considerado uno de los elementos fundamentales y básicos para hacer radio: el guión. Es así que

El escritor debe aprender [...] qué sonido [...] efectos son posibles en la cabina, qué terminología se usa para proveer direcciones, descripciones, y transiciones, y qué otros aspectos técnicos y de producción del medio son esenciales para una escritura efectiva. [...]

Los potenciales primarios técnicos y de producción de los que el escritor de radio debe estar consciente y ser capaz de indicar en el guión, cuando sea necesario, están relacionados con el uso del micrófono, los efectos de sonido, y la música. Debe de entender cómo el estudio y la cabina pueden o no implementar los propósitos de su guión.⁵²

Escribir para audio implica grandes retos. Escribir sonidos -o escribir palabras que serán sonidos- sugiere un compromiso especial que no existe en otros medios. Y es que uno de los grandes efectos de un medio sonoro -y como se trató más atrás en el apartado sobre “oralidad” al exponer las ideas de Walter Ong- es su capacidad envolvente para el receptor, dicho de alguna manera: “El oído no favorece ningún ‘punto de vista’ especial. El sonido nos envuelve⁵³. Forma a nuestro alrededor una malla sin costura.”⁵⁴ Esa capacidad de “envolver”, al involucrarla con un medio masivo como la radio, trascenderá a un amplísimo auditorio, dotado de grandes alternativas de entretenimiento, pero que aún así sigue hallando en el radio a un aparato capaz de moldearle la imaginación.

Se entiende que hay diferentes tipos de programas en un medio como la radio: noticias, eventos especiales, musicales, etcétera. Las cápsulas de radio sobre aspectos de identidad a través de la historia de la Compañía de Jesús pueden justificar su presencia en el aire. Incluso en la categoría que incluye a los eventos y programas especiales, así como documentales, que normalmente están bajo la dirección del departamento de noticias de la estación, y que trabajan con información que a veces está sucediendo en el mismo momento de la transmisión⁵⁵, hay algunos con una “[...] naturaleza histórica y otros con una académica o cultural sin que necesariamente sean pertinentes con un

⁵² Robert L. Hilliard, *Op. cit.*, p. 21.

⁵³ Subrayado en el original.

⁵⁴ Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje...*, p. 111.

⁵⁵ Robert L. Hilliard, *Op. cit.*, p. 119.

inmediato o principal tema del día.”⁵⁶ Es decir, al crear fragmentos sonoros que desarrollan aspectos claves sobre la identidad de los jesuitas -cuyo tratamiento sea atractivo, y por lo tanto vigente, consumible- para la gran audiencia será un sugerente producto de divulgación tejido desde un medio tan masivo y consumido como es la radio.

Sobre el libro

*“Con la escritura llegó el habla interior,
el diálogo con uno mismo –un resultado de trasladar
lo verbal a lo visual (escritura)
y esto nuevamente a lo verbal (lectura)- un complejo proceso
por el cual pagamos un considerable precio psíquico y social
-el precio, como lo señala James Joyce, de la mentalidad abecedaria.”*

Marshall McLuhan⁵⁷

Si se asumiera por completo que el alcance cultural del auditorio atento a los productos mediáticos elaborados desde la tecnología acústica es mayor, habría que considerar el papel que –en su remediación- ha ido cobrando el libro. En efecto “sería un error suponer que la tendencia de la cultura hacia lo oral y acústico significa que el libro se está volviendo obsoleto. Significa más bien que el libro, al perder su monopolio como forma cultural, adquirirá nuevas funciones.”⁵⁸ y es justo ahí cuando puede saltar a la vista el libro impreso como producto de divulgación. El libro *¿Quiénes han sido los jesuitas?* es el soporte comunicativo de esta tesis en el que tuve menor participación, ya que algunas de las cápsulas que desarrollé durante el seminario fueron sólo la base de ciertos capítulos, pero vale la pena desarrollar –en este estudio introductorio- algunas ideas que justifican la presencia de un medio de esta naturaleza en el proyecto.

Se trata de un libro cuya estructura reúne características orientadas a un tipo de consumo de flujo rápido en donde –tomando cronológicamente elementos vertebrales para dar a conocer la identidad de la Compañía de Jesús a través de su historia- cada capítulo está concentrado en una sola página y acompañado, además, de una imagen que pueda ilustrar y ampliar la capacidad imaginativa del lector. No se trata

⁵⁶ *Idem*

⁵⁷ Marshall McLuhan, *Contraexplosión*, p. 117.

⁵⁸ *Op. cit.*, p. 98.

necesariamente de una reducción de complejidades, sino de un esfuerzo por sintetizar una historia larga a través de sus puntos medulares, extrayendo los pasajes, coyunturas o momentos clave de esta historia. Todo configurado desde un lenguaje sencillo y atractivo que, al paso de las páginas, dé la sensación de que además de estar ante un material impreso destinado a ampliar conocimientos históricos, se está también ante un producto que cumple objetivos de entretenimiento. Por la estructura de divulgación que posee el libro, un lector ajeno a temáticas alrededor de la Compañía podría, tras leerlo –algo que puede tomar quizá una semana– tener un conocimiento general de la historia de los jesuitas basado en la identidad de la Orden.

Entonces, así como hemos hablado de la gran capacidad de acceso que tienen los medios impulsados desde la tecnología acústica, no hay que olvidar que el libro y su remediación hacia la divulgación también está tejido desde un gran hito tecnológico. La imprenta, como proto-*mass media*, “[...] confirmó y amplió la nueva tensión visual. Proporcionó la primera ‘mercancía’ uniformemente repetible, la primera línea de montaje: la producción en masa.”⁵⁹ Así, “[...] creó el libro portátil, que los hombres podían leer en la intimidad y aislados de los otros. El hombre podía ahora inspirar... y conspirar.”⁶⁰ Incluso más de quinientos años después de que el herrero de Mainz contemplara su nuevo artefacto, “[...] Los libros conservan en nuestros días el lugar central que han tenido como medio masivo desde 1620.”⁶¹ El libro queda inscrito en ese vuelco contundente que representó la imprenta para la sociedad. Y esto, para el emisor de medios de divulgación, representará también un recordatorio de las responsabilidades que esto implica. Y es que con ella

[...] se evaden los canales [...] de la influencia política, ya sean los de las corporaciones, los gremios, las cofradías, las ciudades, o los de los magnates locales y sus sistemas de patrón/cliente. [...] los panfletos impresos ya no se dirigen a determinados destinatarios sino al público. [...] la imprenta fomenta subrepticamente la tendencia a individualizar la participación en la comunicación de la sociedad”⁶².

Se trata de una tecnología de la comunicación cuya vigencia debe ser entendida en tiempos de plataformas tan variadas que la multimedia ofrece, y que, aún así, su gran influencia en el receptor obliga a los escritores –en este caso, alrededor de la

⁵⁹ Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje...*, p. 50.

⁶⁰ *Idem*

⁶¹ Shirley Biagi, *Op. cit.*, p. 34.

⁶² Niklas Luhmann, *La sociedad de la sociedad*, Herder – Universidad Iberoamericana, México, 2007, p. 230.

divulgación- a trazar productos que provean, además de imaginación, experiencias personales capaces de dejar huella. Escribe Niklas Luhmann:

[...] cuando se introduce y extiende la escritura [...] se vuelven posibles comunicaciones que eluden los controles de interacción entre presentes. La escritura posibilita la comunicación entre ausentes, y los ausentes se encuentran más libres en la cuestión de si desean utilizar o no el sentido de lo leído, de si lo creen o no lo creen, de si lo siguen como norma o instrucción o no. [...] La escritura, una tecnología de la comunicación que es, en sí misma, neutral, y que se encuentra igualmente sometida al código sí/no, favorece al no. [...] Solamente de esta manera resulta posible que la participación en la comunicación (religiosa y de otro tipo) se vuelva una experiencia muy personal.⁶³

Como uno de los combustibles decisivos de la modernidad, los materiales impresos –que en este caso dan soporte a *¿Quiénes han sido los jesuitas?*– tienen gran sentido simbólico para esta tesis. Al tratar la historia de una Orden como la Compañía de Jesús, no se podía dejar de lado ese soporte comunicativo que es el libro, en particular, y la palabra escrita –guiones para audio–. Porque los jesuitas se asieron a las múltiples posibilidades de las letras. Así comenzó una masiva publicación que iba de sermones a material de enseñanza. Los misioneros, ya esparcidos por el globo, se hacían de manuales, gramáticas y vocabularios que la misma Compañía editaba a ritmos constantes. El “conocimiento acumulado” que diversos jesuitas ya reunían en sus recorridos misionales también se iba sumando: de catálogos botánicos hasta compendios de cartografía. De igual forma, documentos fundamentales de la Orden, como los *Ejercicios Espirituales*, las *Constituciones* o la *Ratio studiorum*, se imprimían y reimprimían con la misma velocidad con que la Compañía fundaba nuevas provincias. No es tan exagerado decir que la *Societas Iesu* fraguó su identidad a través de la letra impresa. Y tampoco, como es un hecho, que grandes obras escritas por los jesuitas –y que han ido legando desde su fundación a la fecha– han sido influyentes y estimulantes para la creación de los tres productos comunicativos que dan cuerpo a esta tesis.

⁶³ Niklas Luhmann, *La religión de la sociedad*, Trotta, Madrid, 2007, p. 176.

III. Diferentes formatos; un mensaje

En esta sección se desarrollarán algunas de las particularidades técnicas y de producción que envuelven a los tres soportes comunicativos, y cómo existen diferencias entre sus diferentes formatos: de un análisis de la exposición *De los colegios a las universidades. Las enseñanzas jesuitas y sus relatos cotidianos*, a un cotejo entre las estructuras que contienen las cápsulas y el libro.

Sobre los medios múltiples: el caso de la *exposición*

Principalmente, en la exposición colaboré con dos aspectos: la escritura de los guiones que describen las distintas áreas del “Colegio de Quito” en voz de un guía virtual, así como su coproducción y diseño sonoro, y ocho *clips* vía YouTube con información adicional en audio. Por otro lado, dentro del área ‘Siglo XX-Actualidad’ se produjeron 21 *clips* animados con información de corte anecdótico sobre algunas universidades jesuitas del continente americano y un mapamundi animado que plantea en orden cronológico y de una manera atractivamente visual las fundaciones de las instituciones jesuitas de educación superior a partir del siglo XX, en donde también existen datos como: el número de universidades y la cantidad de jesuitas en el mundo según el año en cuestión (de 1904 a 2013).

Sobre las siete áreas del Colegio, a saber: ‘introducción y bienvenida’, ‘dormitorio’, ‘iglesia’, ‘refectorio’, ‘cocina y despensa’, ‘aula’, y ‘botica’, se trata de paisajes sonoros con una duración promedio de dos minutos y diez segundos (siendo el más largo de 3:40 [Cocina y despensa] y el más corto de 1:07 [Iglesia]). Son pequeños segmentos de audio en donde un guía imaginario -“Benjamín”-, alumno interno del Colegio, hace un recorrido del lugar describiendo los espacios y personajes que haya en él, dirigiéndose al espectador en un lenguaje actualizado a nuestra época, aunque no por eso ajeno a la parafernalia semántica de su lugar de origen y su tiempo.

La escritura de los guiones está basada en el “Costumbrero” del Colegio de Quito y en la investigación que, de éste, realizó el equipo de historiadores del seminario. En cuanto al diseño sonoro –y al igual que con las treinta cápsulas- se desarrolló en conjunto con un productor de Ibero 90.9 FM. Para su producción se utilizaron técnicas de efectos de sonido que, reunidas, crearon narraciones atmosféricas de diversas áreas del colegio. Entre éstas pueden mencionarse las siguientes:

*establecimiento del lugar, establecimiento del tiempo, establecimiento del ambiente y representación de entradas y salidas*⁶⁴.

Sobre el *establecimiento del lugar o entorno*, un claro ejemplo puede ser el segmento dedicado al “refectorio” o comedor, en donde se pueden escuchar pláticas indistintas en la mesa y el movimiento de platos y vasos. En cuanto al *establecimiento del tiempo*, el guía menciona constantemente la hora del día y las actividades que ésta indica. De esta manera se da la impresión de un “recorrido” por el día de un estudiante interno. A manera de refuerzo, las campanas del colegio se hacen presentes al iniciar y terminar el segmento, para dar paso al área siguiente: una especie de *leitmotiv* que indica al espectador cuándo hay que cambiar de sitio. Para el *establecimiento del ambiente*, “Cualquiera que haya escuchado la dramatización a una historia de Sherlock Holmes está familiarizado con el ambiente que crea el eco del aullido de un sabueso seguido por las campanadas de un reloj dando las doce.”⁶⁵ En esa tónica, los *soundscape*s acuden a recursos como: un sacerdote abriendo misa en latín (Iglesia), el crepitar de la leña del fuego para las calderas (Cocina), o el burbujeo de pociones y tosidos esporádicos de algún enfermo (Botica-enfermería). Y para la *representación de entradas y salidas*, “El sonido desvanecido de pasos y el abrir o cerrar de una puerta, o viceversa, el abrir y cerrar de una puerta y el sonido de pasos acercándose, son infalibles para indicar una entrada o una salida.”⁶⁶ Los segmentos de audio acuden a este tipo de técnica básica, con la particularidad del eco que emiten los pasos –para dar a entender una edificación de techos altos, según la época que trata de representarse-, o el sonido de puertas pesadas y sus respectivos mecanismos de picaporte. Al ir de interior –eco y pasos, por ejemplo- a exterior –sonidos de pájaros, según la hora del día-, las campanas del colegio intensifican su sonido, y si es al revés, disminuirán si se “entra” a algún recinto.

Al provenir de fuentes documentales con respaldo académico, las narraciones que residen en este tipo de formato-*soundscape* no deben quedar encasilladas –a pesar de sus recursos dramáticos- en un mero producto de ficción. Deberá considerarse, quizá, como un producto de semi-ficción que, al ser un medio de divulgación, también puede hacer las veces de documento histórico con propósitos de ampliación de conocimiento. Nuestro guía “Benjamín” nunca existió; tampoco Francisco, el cocinero; o Jerónimo, el refectolero. Estudiantes internos de colegios jesuitas sí existieron, al igual que cocineros, refectoleros y demás. Si “El documental utiliza en su escritura varios

⁶⁴ Robert L. Hilliard, *Op. cit.*, p. 25.

⁶⁵ *Idem*

⁶⁶ *Idem*

elementos del drama, incluida la música de fondo [...], narración, efectos especiales y, en el semi-documental o documental ficcionalizado, actores que interpretan a personas reales, vivas o muertas.”⁶⁷ la fórmula es posible. Así como un documental puede ser dramático

[...] no es un drama en el sentido de una obra ficticia. Es aproximadamente una representación de una historia real. [...] El documental por sí mismo es flexible. Un semi-documental o documental ficticio está basado en la realidad, pero en sí no es necesariamente un hecho. Puede tomar una situación base real y un grupo de personajes y ficcionalizarlos; puede tomar personajes o un evento y especular, de la manera más auténtica posible, con la idea de llenar huecos documentales⁶⁸

En cuanto al material visual con que contó la exposición en su sección dedicada al siglo XX y la actualidad, los 21 *clips* anecdóticos estuvieron distribuidos en tres pantallas. Se trata de una especie de “tarjetas” en amplio formato, animadas digitalmente, y que muestran: una imagen capaz de atraer a los espectadores, el nombre, la ciudad y el país (con su bandera) en donde se encuentra la universidad en cuestión (con su respectivo escudo oficial), un mapa del continente en donde parpadea un punto que indica su posición geográfica, y un texto en modo *scroll* (desplazable) que cuenta una anécdota o ‘dato interesante’ sobre una institución jesuita. Por ejemplo, la “tarjeta” dedicada a la Fordham University de Nueva York, cuenta cómo Edgar Allan Poe hizo amistad con un grupo de jesuitas que vivían allí, y cómo su célebre poema “The Bells” está inspirado en las campanas de la capilla de la universidad.

El mapamundi animado, apoyado en una simbología de puntos geográficos va recorriendo el siglo XX para indicar todos los sitios en los que, a partir de 1904 (Loyola University de Nueva Orleans) la Compañía de Jesús fue fundando universidades en todo el mundo. Al final del recorrido –aproximadamente dieciocho minutos- el espectador puede ser capaz de entender la vastedad y expansión de las universidades jesuitas en los cinco continentes. A la usanza de las peculiares cartografías de hace más de cuatrocientos años, el mapa también cuenta con elementos ilustrativos –en constante movimiento-: animales –y hasta monstruos- marinos, símbolos topográficos o una rosa de los vientos decorada a la manera del símbolo de la Compañía. Todo con el propósito de hacerlo atractivo para los espectadores.

⁶⁷ *Op. cit.*, p. 132.

⁶⁸ *Op. cit.*, p. 129-130.

Tanto las tarjetas-*clips* como el mapamundi se expusieron en modo de *loop* -o repetición infinita-, siempre disponible en el tránsito del receptor. Por lo tanto -y aparte del soporte de audio en los segmentos sonoros del antiguo colegio- se logró un despliegue multi-mediático en donde, con esta sección meramente visual y soportada por pantallas, la imagen juega un papel crucial como gran recurso de la divulgación y la atracción de públicos. Así, en un gesto de actualización, se transmite información -ya procesada y con distintos tratamientos y formatos- traducida al lenguaje de la imagen: “Los nuevos medios han formado una nueva percepción del lenguaje, un nuevo ambiente: la imagen. Un lenguaje total, global. La imagen constituye la revolución de nuestros días en los aspectos educativo, informativo y cultural.”⁶⁹

De la cápsula al libro. *Vis-a-vis*

Si el libro *¿Quiénes han sido los jesuitas?* cuenta con ilustraciones que potencian los efectos de su contenido, las cápsulas de radio cuentan con -además de efectos- música. Ésta “[...] puede ser usada no solamente como tema de entrada para un programa como tal, sino para eventos específicos o personajes particulares.”⁷⁰ En las cápsulas, cuya columna vertebral es la voz del narrador o narradora, “detrás” queda un espacio explotable. Ahí es donde la música juega un papel trascendente si se habla de establecer escenarios, entornos o ambientes, “la música puede resaltar el contenido o el ambiente de una secuencia”⁷¹, así ella “[...] servirá como un sutil auxiliar”⁷², aunque es muy importante recordar que “La música debe surtir su efecto sin que la audiencia se dé cuenta conscientemente.”⁷³. Así, por poner algunos ejemplos: cuando en la cápsula “Ejercicios Espirituales” se habla de la efervescencia del Renacimiento, surge un guiño de la antifona “Fasciculus Myrrhae” de Giovanni Pierluigi da Palestrina; o que en la cápsula “Reformas” aparezca un fragmento de alguno de los famosos himnos luteranos; la cápsula sobre las “Misiones jesuitas” puede incluso, pensando en el auditorio, arrojar breves extractos de la célebre banda sonora de *La misión* que compuso Morricone; al final de “Barroco y sociedad de corte” un convulso clavecín de Scarlatti otorga el *finale*; el comienzo de “Ilustración y ataques a la Compañía de Jesús” acude a una frase condenatoria de Voltaire mientras un sombrío violín reproduce notas intrincadas; en la

⁶⁹ Andrés Del Bosque Prieto, *Op. cit.*, p. 18.

⁷⁰ Robert L. Hilliard, *Op. cit.*, p. 27.

⁷¹ *Op. cit.*, p. 29.

⁷² *Idem*

⁷³ *Idem*

cápsula dedicada a la “Restauración”, algunas notas de la *Obertura 1812* de Tchaikovsky dan pauta al desarrollo; mientras que en “Restauraciones (Siglo XIX)”, piezas decimonónicas “ilustran” los apartados de casos particulares para cada sitio: Verdi en Italia, Berlioz en Francia, Wagner en Alemania; incluso en el cierre de “La Compañía de Jesús en Norteamérica”, mientras se evoca al Salvaje Oeste, el extracto del *soundtrack* de un *Western* da la idea de unas flechas comanches; o la conclusión de “Jesuitas y exorcismos” va acompañada de la ya arquetípica “Tubular Bells” que Mike Oldfield prestó a la banda sonora de *El exorcista*.

Y mientras que en el libro, los “descansos” al lector apelan a las tradicionales sangrías para cambiar de párrafo, en un medio sonoro como la cápsula existen otros métodos para dar esa sensación de “avance por el tiempo”. De vuelta a la música, en las cápsulas se utilizan “[...] los puentes o divisiones del programa no-dramático [...] para un cambio de tiempo o lugar. El puente musical es la herramienta más común para las transiciones. La música que dura sólo unas notas [...] o, en algunos casos, de mayor duración, pueden ser usadas para indicar el punto de quiebre entre los segmentos de una presentación no-dramática.”⁷⁴ Así se puede pasar de una región a otra, o de un siglo a otro: acudiendo a una selección musical que pueda dar esas sensaciones para el receptor.

Técnicamente –y a diferencia del libro– las cápsulas tienen la posibilidad de utilizar otros rudimentos para expresar tales cambios de acción, de acontecimiento, o de ambiente, como el *cross-fade*, que se trata de “La disolvenca de un sonido a otro. [...] el *cross-fade* es [...] el cruzamiento de sonidos mientras uno se disuelve y otro va apareciendo”⁷⁵. O en otros casos particulares, en las cápsulas se lograron utilizar técnicas como el *Blending* o el *Cutting-Switching*. Con estas herramientas se pudieron construir guiños que ayudan al radioescucha a posicionarse en un espacio temporal específico, o por lo menos a contextualizar. Estas técnicas “[...] pueden incluir combinaciones de diálogo y música, diálogo y efectos especiales, efectos especiales y música, o una combinación de los tres.”⁷⁶ Por ejemplo, en uno de los primeros puentes de la cápsula “Concilio Vaticano II, teología de la liberación y los jesuitas” para poner en contexto la turbulencia de los años sesenta del siglo XX se apeló al *Cutting-Switching* hasta crear una especie de mini paisaje sonoro, esta técnica consiste en “El

⁷⁴ *Op. cit.*, p. 28.

⁷⁵ *Op. cit.*, p. 30.

⁷⁶ *Idem*

repentino corte de un sonido a la inmediata intrusión de otro.”⁷⁷ Así, en un rápido recorrido, aparecen: Fidel Castro saludando a la gente de los Estados Unidos en su llegada a Nueva York; una iracunda expresión de Khrushchev en las Naciones Unidas; la introducción del moderador para el debate Kennedy-Nixon; y hasta Marilyn Monroe cantando el “Happy Birthday, Mister President”. Mientras que en otros puentes o cápsulas distintas también es posible escuchar las voces reales de los personajes tratados: de Roland Barthes sobre los *Ejercicios Espirituales*, al cardenal que anunció el “Habemus Papam” de Juan XXIII, por ejemplo.

Mientras que en el libro los mismos autores otorgan el tono y discurso de los diversos capítulos a través de la comunicación escrita, en las cápsulas es el narrador-locutor quien articula las palabras del guión. Por lo tanto, si el libro requiere un cuidado de la edición, la producción de las cápsulas requerirá dirección en cabina hacia el narrador, ya que “[...] es importante usar al narrador juiciosamente, porque si llegara a ejecutar un papel muy predominante aminoraría al contenido como tal.”⁷⁸ y también “El escritor debe evitar la posibilidad de que el programa suene a una serie de conferencias”⁷⁹.

Como se puede apreciar, el tipo de intercambio de datos que se da -entre emisor y receptor- y que propone el “objeto” cápsula o libro es similar en cuanto a su desarrollo y producción, con las debidas atenciones que cada soporte requiera por su naturaleza oral o escrita. Quizá la única gran diferencia es el tipo de tratamiento que se le da a escritura o al guión tomando en cuenta los públicos en los que aterrizará esa información: el público de radio, más activo y propenso a distracciones, requerirá ideas cortas, sugerentes, reiterativas y dinámicas en cuanto a recursos musicales y sonoros; mientras que el público-lector, al consumir de manera más íntima la palabra escrita, no necesita las reiteraciones ni el dinamismo que otorga lo auditivo, más bien buscará guiños didácticos en el texto. Se trata de dos soportes comunicativos tan distintos como complementarios y que comparten un mismo “código genético”: la diferencia yace -pensando en el auditorio- en la manera de tejer las palabras. Los puede separar su estructura, aunque los une su estatus de objeto-informante-destinado-a-un-receptor, por variado que éste último sea:

⁷⁷ *Idem*

⁷⁸ *Op. cit.*, p. 132.

⁷⁹ *Idem*

Así como existe, en el interior del relato, una gran función de intercambio (repartida entre un dador y un beneficiario), también, homológicamente, el relato como objeto es lo que se juega en una comunicación: hay un dador del relato y hay un destinatario del relato. Como sabemos, en la comunicación lingüística, *yo* y *tú* se presuponen absolutamente uno al otro; del mismo modo, no puede haber relato sin narrador y sin oyente (o lector).⁸⁰

Ahora, en cuanto a las distinciones que existan entre estos dos tipos de soportes –y más allá de las técnicas de producción– puede decirse que sus estructuras están sujetas a cambios según sus funciones primarias con el firme propósito de evitar el “ruido” –lo intrascendente o hasta molesto para el receptor– tanto en lo impreso como en lo auditivo. Por ejemplo, mientras que el libro –o cada uno de sus capítulos– puede darse más libertades semánticas en su discurso para respetar su hilo conductor punto-de-partida/desarrollo/cierre, las cápsulas responden a otro tipo de estructura. Al ser un segmento de audio que es lanzado a la audiencia a través de la radio –un medio masivo colectivo que se dirige a múltiples perfiles de receptores– el primer fragmento del discurso de la cápsula debe contar con características específicas en cuanto a contundencia, selección de palabras y fondo sonoro... aunque no necesariamente sean las más medulares del contenido general de la cápsula. Una vez que el radioescucha sea “captado” ya podrá recibir el mensaje clave en caso de que éste no cupiera en su primera línea de discurso. El enemigo es el botón de sintonización y toca evitar su uso a toda costa. Es ahí donde la estructura del medio impreso contrasta con la del segmento oral-radial, “[...]” es una cuestión de estructura: en el orden del discurso, todo lo que está anotado es por definición notable: aún cuando un detalle pareciera irreductiblemente insignificante, rebelde a toda función, no dejaría de tener al menos, en última instancia, el sentido mismo del absurdo o de lo inútil: todo tiene un sentido o nada lo tiene. Se podría decir, en otras palabras, que el arte no conoce el ruido”⁸¹.

Otra diferencia de estructuras que no se puede dejar de lado es una que apela a las cualidades de aprendizaje que deben poseer los productos comunicativos de divulgación. Mientras que el libro impreso, al ser un medio físico escrito –y por lo tanto consultable y hasta re-consultable– no es posible reiterar ideas, descripciones o hasta aseveraciones, ya que esto podría generar “ruido” hacia el lector y, por lo tanto, rechazo. En cambio, las cápsulas de radio, por su talante en la cultura oral y acústica, puede darse ese tipo de lujos. Se presume que el receptor, al momento del consumo, puede “perdersé” en la imaginación según lo que alguna idea o dato le produzca. Una

⁸⁰ Roland Barthes, “Introducción al análisis estructural de los relatos”, en: Roland Barthes, *Op. cit.*, p. 25.

⁸¹ *Op. cit.*, p. 13.

vez que “regresa” a su atención sonora, la reiteración de ideas –como bien se ha estudiado en la retórica o la oratoria- es un gran método para llevar al mensaje vertebral a buen puerto. Esa repetición o redundancia “[...]” se considera como una forma de aprendizaje, ya que la repetición de determinados conceptos permitirá que el mensaje sea comprendido y, finalmente, retenido o asimilado.”⁸²

Finalmente -y yendo más allá de lo que el carácter, la identidad o hasta las leyendas y mitos que las audiencias han creado alrededor de la Compañía de Jesús-, toca sugerir o poner a prueba el enfoque de “*Usos y gratificaciones*”, aún vigente en la investigación de la comunicación de masas. Desde el 13 de marzo de 2013, cuando Jorge Mario Bergoglio emergió del balcón de San Pedro -y acto seguido, los titulares alrededor de la Aldea Global hablaban del “Papa Jesuita”- una vez más, la Compañía volvió a estar en los encabezados de la agenda mediática. Al igual que a partir de los años cincuenta del siglo XX -cuando los medios masivos experimentaban una de sus grandes ebulliciones- nombres como Teilhard de Chardin, Rahner, Arrupe, Ellacuría provocaban curiosidades que al final siempre apuntaban a esa colectividad llamada “los jesuitas”, de nuevo, en la segunda década del siglo XXI una audiencia poseedora de un abanico de posibilidades informativas vuelve a hacerse la pregunta “¿y quiénes son, realmente, los jesuitas?”. Es ahí cuando “[...]” la capacidad de la audiencia para utilizar a su conveniencia el contenido de los medios masivos.”⁸³ plantea un enfoque distinto. Con la idea de los “Usos y gratificaciones” se revierte “[...]” la pregunta ‘¿qué hacen los medios con la gente?’ a la de ‘¿qué hace la gente con los medios?’”⁸⁴ así, “[...]” los partidarios de este enfoque concluyeron que los miembros del público experimentaban una serie de necesidades (informativas, psicológicas, de orientación, de identificación personal [...]), y que usaban a los medios [...] para satisfacerlas”⁸⁵.

Con un “*timing*” que llegó en pleno desarrollo de la tesis *Historia de la Compañía de Jesús: su divulgación en distintos soportes comunicativos*, el inicio del pontificado de ‘Francisco’, sus respectivas noticias y acontecimientos posteriores, trajeron al público nuevas preguntas y necesidades informativas. Automáticamente, los retos y alcances de los tres productos de divulgación que conforman esta tesis cobraron una nueva dimensión. El lector, radioescucha o espectador de un país como México, con una población católica (o por lo menos familiarizada con sus narrativas) de más del ochenta

⁸² Andrés Del Bosque Prieto, *Op. cit.*, p. 45.

⁸³ José Carlos Lozano Rendón, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson, México, 1996, p. 183.

⁸⁴ *Idem*

⁸⁵ *Idem*

por ciento, podrá acudir a diversos productos en distintos formatos -según sus hábitos de consumo- para, a través de una historia de los jesuitas construida en términos de su identidad, poder responder a sus preguntas y satisfacer sus necesidades de información. Esto en tiempos donde las temáticas que propone la agenda de los medios pueden generar en el público la necesidad de que “*usar*” productos de divulgación con respaldo académico.

IV. Conclusiones

Antes de plantear las conclusiones finales, y a manera de reflexión tras el recorrido por diversos aspectos generales y particulares de los tres productos que dan soporte a esta tesis, vale la pena considerar características simbólicas que cada medio representó para, en comunión con la Historia, generar diferentes productos con propósitos de divulgación.

Contar una historia en radio puede ser tan fascinante como escucharla. La nostalgia que evoca un cuento de misterio de aquel “Museo Negro” de la Scotland Yard que todavía en los años noventa se llegaba a escuchar por el 960 de la amplitud modulada en Saltillo, Coahuila, durante las frías noches de los domingos decembrinos - por decir un ejemplo- dejó impreso ese legado de la máquina-relatora-de-historias aún entre una generación que ya creció con la televisión y el Internet.

Incluso entre los diversos tipos de audiencias que existen actualmente, es posible percibir entre los consumidores de radio la idea de que un medio como ese –tan legendario como remediado a sí mismo- ha ido adquiriendo un carácter de “culto”. Y entonces, al desplegar mediáticamente aspectos identitarios sobre una Orden religiosa casi imprescindible para entender al catolicismo en sus últimos casi quinientos años, el reto se antojó, precisamente, “fascinante”: utilizar técnicas de comunicación para exponer elementos históricos claves sobre los jesuitas con todo lo que las herramientas sonoras actuales pueden ofrecer, con la idea de que el producto final sea tan atractivo como didáctico, y capaz de crear sensaciones en el receptor. Y todo a través de la radio, ese medio que representa “[...] la mecanización del espacio acústico postalfabético. La radio nos devuelve a las tinieblas de la mente, a las invasiones de Marte y Orson Welles. Mecaniza ese pozo de soledad que es el espacio acústico”⁸⁶ y entonces volvemos a ese espacio acústico: “Empezamos de nuevo a estructurar los sentimientos y emociones primordiales, de los cuales nos divorciaron 3.000 años de leer y escribir. Empezamos de nuevo a vivir un mito.”⁸⁷

Después está el medio impreso *¿Quiénes han sido los jesuitas?*, un libro con ilustraciones que, así como la radio provoca sensaciones que desembocan en la complicidad con el radioescucha, acá, a su manera, también se pueden lograr ese tipo de conexiones con el lector. Esta obra se desarrolla a través de capítulos escritos en un

⁸⁶ Marshall McLuhan, *Contraexplosión*, p. 16.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 17.

tono amigablemente descriptivo y con la inherente sensibilidad para explicar y desarrollar conceptos que podrían parecer complejos a primera instancia para el lector debido a su contenido a veces muy ligado a cuestiones teológicas, espirituales o políticas. La mecánica consistió en una suerte de “traducción” de los guiones de radio hacia pequeños textos más aptos para un consumo personal. De esta forma, el receptor –y a diferencia de la cápsula, en donde se somete a ciertos minutos de información oral ininterrumpida- podrá proponer con libertad sus propios tiempos de lectura hasta crear un vínculo de pertenencia con el libro. Y como soporte están las ilustraciones, que no solamente tienen un propósito “ilustrativo” en términos visuales. Así como una sesión de esparcimiento al lado de la radio puede rescatar de la imaginación cuentos de misterio o transmisiones de partidos de beisbol del pasado, el libro-con-ilustraciones fácilmente emitirá un guiño a ese tipo de lector que creció, por poner un ejemplo, leyendo los clásicos de Mark Twain. Es decir, la potencia y la capacidad de la imagen en el libro impreso para secundar a la imaginación y ponerle rostros a Tom Sawyer o a Huckleberry Finn.

Así se va de la cápsula al libro y del libro a la cápsula. Si “La tecnología de la imprenta creó el público. La tecnología eléctrica creó la masa.”⁸⁸ Y con la exposición *De los colegios a las universidades. Las enseñanzas jesuitas y sus relatos cotidianos* se pusieron en práctica tres de los grandes recursos comunicativos de los que se nutren las cápsulas y el libro ilustrado: el audio (paisajes sonoros), la imagen (animación digital) y la escritura (textos animados). Así, las áreas del Colegio de Quito están apoyadas por *soundscaapes* que retoman las tradicionales y vigentes técnicas del *radiodrama* para generar atmósferas sonoras a través de efectos y composición de sonidos; las tarjetas-*clips*, con su mismo molde-formato pero con contenido variado hacen las veces de ‘estampas de intercambio’ a gran escala con la finalidad de proveer al espectador de datos curiosos, sugerentes o anecdóticos sobre las universidades jesuitas; y el mapamundi animado se plasma como una especie de cartografía en movimiento que rescata la cronología de un ministerio medular para la Compañía de Jesús: la fundación de universidades.

Si bien esta tesis está inscrita en un posgrado de Historia, las herramientas y el estudio de la comunicación fueron fundamentales para su ejecución. Las habilidades de difusión vinieron a complementar un largo proceso de investigación histórica que, como debía de ser, desembocó en la publicación de tres productos de divulgación con

⁸⁸ Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje...*, p. 68.

contenido histórico y distintos formatos mediáticos. Con formación de licenciatura en Comunicación, para quien elaboró esta tesis de maestría en Historia se trata de unir sendas materias con un mismo propósito: la divulgación y el trabajo interdisciplinario. Después de haber participado activamente en el proyecto que conmemoró los doscientos años de la Restauración de la Compañía y de haber tenido la oportunidad de haber desarrollado esta tesis, puede quedar claro que –recibiendo y asumiendo los rudimentos elementales del ‘historiador’- un comunicador será capaz de realizar tareas interdisciplinarias que apuntan a un área emergente para estos tiempos donde la Historia puede ofrecer tantas alternativas de información y entretenimiento.

En efecto, no es sencillo. Debe de existir una gran apertura para lograr asumir nuevos aprendizajes ajenos al área de formación y que en Historia pueden parecer tan básicos. A manera de un ejemplo muy ilustrativo, toca comentar cómo fue la primera experiencia del seminario de investigación al emitir los primeros trazos de la cápsula número 1: “*Ejercicios Espirituales*”. A primera instancia, resultó sencillo para el ‘guionista’ -y a sabiendas de lo complejo y fuera de serie que puede resultar el texto de Ignacio de Loyola ante un primer acercamiento- utilizar el adjetivo “revolucionario” para describir a esta obra del padre fundador de la Compañía. Cuando Ignacio tejió sus *Ejercicios*, la Toma de la Bastilla y la *Revolución* estaban a casi 270 años de distancia en el tiempo: la anacronía hacía su primera aparición en un proyecto de tesis que comenzaba a calentar motores. Y así las lecciones empezaron a transformar a una profesión, para mutar en el que siempre será el fructífero trabajo de tipo interdisciplinar. El futuro apunta a que la colaboración comunicador/historiador –a veces susceptible a delicados pero naturales disensos que van de esa anacronía al afán por hacer ficción- no esté en riesgo, no sea un “problema”. En un escenario ideal, concluimos que es posible que ambas disciplinas puedan residir en un mismo profesional y así evitar frontales choques teóricos o malentendidos naturales que apelen a técnicas fundamentales de cada área.

Finalmente, sin ánimos de ser arriesgados, sino más bien de dejar cabos sueltos y fomentar algunos guiños reflexivos-, escribía Marshall McLuhan en 1969, durante el pontificado de Pablo VI, con el Vaticano II emitiendo sus críticos palpitaes y hasta incluso habiendo arrojado un decreto sobre los medios de comunicación social –el *Inter Mirífica*, de 1963-, que la Iglesia católica está

Dispuesta a desromanizar o descentralizar su burocracia bajo la influencia de la presión electrónica, ansiosa por rever su liturgia en procura de una mayor participación, se

encuentra atrapada ahora en un conflicto doctrinario con la dinámica de una gran tradición de cultura alfabética que ha aceptado siempre sin alcanzar a entender del todo.⁸⁹

Exactamente 284 años antes que McLuhan, un misionero jesuita del siglo XVII escribía: “La práctica nos ha enseñado muchas cosas; tarde, es verdad, pero no para aquellos que vendrán después de nosotros. Hemos venido cargados con muchos libros cuando hubieran bastado las imágenes.”⁹⁰ Y hoy, 329 años después, en un contexto distinto al de la misión y cuando la historia de la Compañía de Jesús ha trascendido del interior de la Orden hacia el exterior -desde las universidades y sus departamentos de historia- ya no solamente se puede hablar de “imágenes”, sino de cápsulas, radio, libros ilustrados, exposiciones multimedia, paisajes sonoros, mapamundis animados digitalmente: divulgación.

⁸⁹ Marshall McLuhan, *Contraexplosión*, p. 143.

⁹⁰ Extraído del siguiente artículo, donde es utilizado a manera de epígrafe: Perla Chinchilla Pawling, “La composición de lugar: de la imaginación a la memorización”, en: *Historia y grafía*, núm. 16, 2001.

Anexo – Bibliografía

• BIBLIOGRAFÍA GENERAL HISTÓRICA

Alberigo, Giuseppe, *Breve historia del Concilio Vaticano II (1959-1965). En busca de la renovación del cristianismo*, Ediciones Sígueme, Salamanca, 2005.

Aleixandre, D., *et. al.*, *Concilio Vaticano II, una llamada de futuro*, Centre de Pastoral Litúrgica, Barcelona, 2012.

Baum, G., *et. al.*, *Vida y reflexión. Aportes de la teología de la liberación al pensamiento teológico actual*, CEP, Lima, 1983.

Berryman, Phillip, *Teología de la liberación. Los hechos esenciales en torno al movimiento revolucionario en América Latina y otros lugares*, 3ª ed., Siglo Veintiuno Editores, México, 2003.

de Certeau, Michel, *La escritura de la historia*, 2ª ed., Universidad Iberoamericana – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México, 2010.

Chinchilla, Perla (Coord.), *Procesos de construcción de las identidades de México. De la historia nacional a la historia de las identidades. Nueva España, siglos XVI-XVIII*, Universidad Iberoamericana, México, 2010.

Cortés, S.J., Juan B. – Gatti, Florence M., *Proceso a las posesiones y exorcismos. Un análisis histórico, bíblico y psicológico de los demonios, diablos y endemoniados*, Ediciones Paulinas, Madrid, 1978.

Ellacuría, Ignacio – Sobrino, Jon (Eds.), *Mysterium liberationis. Conceptos fundamentales de la teología de la liberación*, Trotta, Madrid, 1990.

Estrada, Juan Antonio, *El cristianismo en una sociedad laica. Cuarenta años después del Vaticano II*, Desclée de Brouwer, Bilbao, 2006.

Gillese, John Patrick, "The Devil and Anna Ecklund", en: *Begone, Satan!*, Our Sunday Visitor, Estados Unidos, 1974.

Lindberg, Carter, *The European Reformations*, Blackwell Publishing, Estados Unidos, 2008.

Lois, Julio, *Teología de la liberación. Opción por los pobres*, Editorial Departamento Ecueménico de Investigaciones, Costa Rica, 1988.

Luhmann, Niklas, *La religión de la sociedad*, Trotta, Madrid, 2007.

_____, *La sociedad de la sociedad*, Herder – Universidad Iberoamericana, México, 2007.

Maravall, José Antonio, *La cultura del barroco. Análisis de una estructura histórica*, 3ª ed., Ariel, Barcelona, 1983.

Martelet, Gustav, *Las ideas fundamentales del Vaticano II. Iniciación al espíritu del Concilio*, Herder, Barcelona, 1968.

O'Malley, John W., *Trent and All That. Renaming Catholicism in the Early Modern Era*, Harvard University Press, Estados Unidos, 2002.

Obeso, Sergio (Mons.), *et. al., Concilio Vaticano II: Logros y tareas. Una reflexión a treinta años*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

Rahner, Karl, *et. al., La reforma que llega de Roma. La Iglesia católica después del Concilio*, Plaza & Janes, Barcelona, 1970.

Rovira Belloso, José María, *Trento. Una interpretación teológica*, Herder, Barcelona, 1979.

Rowland, Christopher (Ed.), *La teología de la liberación*, Cambridge University Press, Madrid, 2000.

Smith, Christian, *La teología de la liberación. Radicalismo religioso y compromiso social*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1994.

Tamayo-Acosta, Juan José, *Para comprender la teología de la liberación*, 2ª ed., Verbo Divino, Navarra, 1990.

–, “La Reforma”, en: *Monografías históricas de la “Historia moderna”*, The Cambridge Modern History (edición española), Barcelona, 1993.

- Textos de apoyo (Fragmentos)

Concilio Vaticano II. Constituciones. Decretos. Declaraciones. Documentos pontificios complementarios, Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 1965.

Los laicos. II Concilio Vaticano, Ediciones Corporación, México, 1966.

• BIBLIOGRAFÍA HISTÓRICA – RELATIVA A LOS JESUITAS

Bangert, S.J., William V., *Historia de la Compañía de Jesús*, Sal Terrae, Santander, 1981.

Bianchini, Paolo – Chinchilla, Perla – Romano, Antonella (Coords.), *De los colegios a las universidades. Los jesuitas en el ámbito de la educación superior*, Universidad del Pacífico – Pontificia Universidad Javeriana – Universidad Iberoamericana Puebla – Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México, 2013.

Blatty, William Peter, *El exorcista*, Ediciones B, Barcelona, 2006.

Bollini, Horacio, *Misiones jesuíticas. Visión artística y patrimonial. Voces y emblemas en las reducciones jesuítico-guaraníes (1609-1768)*, Corregidor, Buenos Aires, 2009.

Chinchilla Pawling, Perla, *De la compositio loci a la república de las letras. Predicación jesuita en el siglo XVII novohispano*, Universidad Iberoamericana, México, 2004.

de la Cierva, Ricardo, *Jesuitas, Iglesia y marxismo. 1965-1985. La teología de la liberación desenmascarada*, Plaza & Janes Editores, Barcelona, 1986.

_____, *Oscura rebelión en la iglesia. Jesuitas, teología de la liberación, carmelitas, marianistas y socialistas: la denuncia definitiva*, Plaza & Janes Editores, Barcelona, 1987.

Espinosa, S.I., Clemente (Ed.), *Los Ejercicios de San Ignacio a la luz del Vaticano II. Congreso Internacional de Ejercicios. Loyola 1966*, La Editorial Católica, Madrid, 1968.

García Lomas, Juan M. (Ed.), *Ejercicios Espirituales y mundo de hoy. Congreso Internacional de Ejercicios. Loyola 20-26 septiembre de 1991*, Mensajero – Sal Terrae, Bilbao, 1991.

de Mello, S.J., Anthony, *Busca a Dios en todas partes. Reflexiones sobre los ejercicios espirituales de San Ignacio de Loyola*, Grupo Editorial Norma, Bogotá, 2010.

O'Malley, John W., *Los primeros jesuitas*, Mensajero – Sal Terrae, Bilbao, 1993.

Pavone, Sabina, *Los jesuitas. Desde los orígenes hasta la supresión*, Libros de la Araucaria, Buenos Aires, 2007.

Rahner, Karl, *Spiritual Exercises*, Herder and Herder, Nueva York, 1966.

Woods, O.P., Richard J., "The Possession Problem", en: *Begone, Satan!*, Our Sunday Visitor, Estados Unidos, 1974.

- Artículos y revistas

Berzosa Martínez, Miguel (guión y dibujos) – Lamet, Pedro Miguel (prólogo), *Pedro Arrupe. Testigo y profeta del siglo XX*, 2ª ed., Obra Nacional de la Buena Prensa, México, 2013.

Chinchilla Pawling, Perla, “La *composición de lugar*: de la imaginación a la memorización”, en: *Historia y grafía*, núm. 16, 2001.

Giard, Luce, “Cómo la redacción de las *Constituciones* acompañó a la creación de la Compañía de Jesús”, en: *Historia y grafía*, núm. 7, 1996.

- **Textos de apoyo (Fragmentos)**

de Loyola, San Ignacio, *Ejercicios Espirituales*, 6ª ed., Obra Nacional de la Buena Prensa, México, 2006.

• **BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE COMUNICACIÓN**

Barthes, Roland, *et. al.*, *Análisis estructural del relato*, Ediciones Coyoacán, México, 2006.

Biagi, Shirley, *Impacto de los medios. Introducción a los medios masivos de comunicación*, 7ª ed., Thomson, México, 2006.

del Bosque Prieto, Andrés, *Elementos de Comunicación*, Universidad Autónoma de Coahuila, México, 1981.

Hilliard, Robert L., *Writing for Television and Radio*, 2ª ed., Hastings House, Nueva York, 1971.

Lozano Rendón, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson, México, 1996.

McLuhan, Marshall, *Contraexplosión*, Paidós, Buenos Aires, 1969.

_____, *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Paidós, Barcelona, 1988.