

## UNION CRISTIANA BRASILEÑA DE COMUNICACION

### PRACTICAS Y REFLEXIONES

Cuando se procura realizar un resumen histórico del Proyecto de Lectura Crítica de la Comunicación, llevado a cabo por la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social, surge un problema: al mismo tiempo que toda descripción de la realidad jamás relata todos los aspectos de esta última, muchas veces se idealiza la experiencia, silenciando sus limitaciones y ambigüedades. Pero, aun cuando no sea factible una descripción totalmente objetiva, es importante rescatar la historia de un proyecto como éste. Al realizar este rescate se percibe mejor la provisoriedad y el carácter dinámico del proyecto. De este modo, la explicitación realizada, en vez de representar el punto de llegada, se presenta como punto de partida y de discusión para una complementación posterior.

#### 1.- LA HISTORIA

##### a) Surgimiento: sus vertientes

El Proyecto de Lectura Crítica de la Comunicación -LCC, se sitúa en el ámbito educacional, presentándose como sugerencia de trabajo para educadores, para líderes de movimientos populares, así como para los agentes pastorales de la Comunicación de las Iglesias Cristianas.

El surgimiento del LCC se identifica en las experiencias realizadas por la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social -UCBC, en el inicio de la década de los años 70, cuando el primer Presidente de la entidad, Marcelo Azevedo, organizó muchos cursos en Porto Alegre, con la participación de otros asociados. En la misma época, el perio-

disto Ismar de Oliveira Soares recorrió los estados de Río de Janeiro, Minas Gerais y Espírito Santo promoviendo cursos de análisis crítico de la comunicación. A mediados de esa década la Conferencia de los Religiosos del Brasil -CRB y la Conferencia Nacional de Obispos del Brasil -CNBB, solicitaron cursos que fueron dictados por el Presidente, José Marques de Melo, y por el secretario general, Fray Romeu Dale, entre otros.

Como se desprende, el Proyecto LCC tiene sus raíces en la preocupación de los primeros miembros de la UCBC por discutir la problemática de la conciencia crítica, del sentido crítico ante los medios de comunicación social.

##### b) Desarrollo:

En 1979, en Sao Paulo, con la participación de José Marques de Melo, Romeu Dale e Ismar de Oliveira Soares, se organizó el primer curso de la actual serie de LCC, cuya sigla fue ideada por José Marques de Melo y Attílio I. Hartmann. Se realizó el Seminario con un grupo de religiosos, por invitación de la CRB. Desde entonces, otras entidades, como la "Associação de Educação Católica do Brasil AEC", solicitaron seminarios de LCC. La AEC llegó a publicar todo un número de su revista (Revista AEC, No. 44) con temas de los cursos dictados por la UCBC, bajo la coordinación del profesor José Manuel Morán.

Cuando esta nueva fase surgió en 1979, recibió influencia del T-A-T



(Treinamento de Análise de Televisão)-, coordinado por el pastor metodista Reinaldo Brose y por el Prof. Ismar de Oliveira Soares, del Instituto Metodista de Enseñanza Superior- IMS. El proyecto partía de una concepción identificada como eminentemente moralista, puesto que se preocupaba por combatir los excesos de la TV (violencia, sexo, estereotipos, desarrollo de la capacidad infantil de captación de la realidad, etc. . . .).

Fue a partir de las críticas realizadas por los asociados que la UCBC se aproximó al área académica, buscando contribuciones proporcionadas por las Universidades y, principalmente, por la Sociedade Brasileira para o Estudo Interdisciplinar da Comunicação INTERCOM, a fin de superar esa concepción moralista ante los fenómenos de la comunicación de masa.

Los cursos de LCC pasaron a tener características de conferencias, con discusiones posteriores sobre el sistema de comunicación, la industria cultural, las contradicciones en los medios de comunicación de masa, los excesos que éstos cometen, en cuanto informadores de la opinión pública, etc. A estos temas, se agregaba un estudio de la comunicación cristiana y del propio culto o liturgia practicada por las comunidades cristianas.

El objetivo era denunciar la manipulación ejercida por los medios de comunicación de masa y alertar sobre el control y desvío de la información; el sistema socio-político-económico-cultural vigente en el Brasil y, en general, en el mundo.

Los cursos procuraban indicar las áreas de acción, con una orientación al ejercicio de la comunicación alternativa y popular.

El estudio de la comunicación cristiana mereció un puesto destacado en el desarrollo del LCC. Se organizó un curso aparte, con la denominación de Lectura Crítica de la Comunicación Cristiana -LCCC- con una duración media de 20 horas. El punto de referencia es el hombre, cristiano oprimido, necesitado de un espacio democrático para celebrar comunitariamente su camino histórico rumbo a la libertad integral, a la luz de la fe en el Cristo oprimido, muerto y resucitado. La celebración litúrgica no es un espacio aparte, alienado y distante de la vida del pueblo creyente, sino. . . "un momento privilegiado de la comunión y participación para una evangelización que conduce a la libertad integral y auténtica del hombre total y de todos los hombres".

Actualmente se está realizando el proyecto LCC en conjunto con el Servicio a la Pastoral de la Comunicación de las Ediciones Paulinas -SEPAC- EP.

### c) Etapa actual:

A partir de 1982, los cursos de LCC pasaron a ser dictados fuera de Sao Paulo, principalmente en los grupos Regionales de Río de Janeiro, Recife, Belo Horizonte y Curitiba. En 1983, surgió una nueva propuesta de trabajo, que se discutió en el I Encuentro Nacional de Socios de la UCBC, en febrero del mismo año. Esta propuesta objetivaba una apertura a los movimientos populares. Se realizó entonces un experimento en la periferia de Río de Janeiro, bajo la coordinación del núcleo de la UCBC de esta ciudad. Esta propuesta surgió porque, al estar aún en vigencia la segunda generación de cursos del LCC, empezaron a hacerse críticas severas a la manera como se la estaba aplicando. Las crí-

*El primer proyecto de lectura crítica partía de una concepción identificada como eminentemente moralista.*

ticas se levantaron principalmente cuando, en abril de 1982, se realizó una reunión en la periferia de Sao Paulo, con la presencia de eminentes investigadores, como José Marques de Melo, Anamaria Fadul, Fray Romeu Dale, Jorge Claudio Noel Ribeiro, Fray Clarencio Neotti, José Manuel Morán, Atílio I. Hartmann, además de miembros de la directiva de la UCBC, presidida por Ismar de Oliveira Soares.

El proyecto LCC actualmente se divide en varias unidades de trabajo, atendiendo a públicos distintos:

**LCC— Análisis:** para grupos intermedios (profesores, jóvenes, agentes de pastoral). Este curso pretende despertar la conciencia crítica frente a los medios de comunicación mediante el estudio de sus estructuras, lenguajes, técnicas y mensajes de su ideología. Tiene un promedio de duración de 20 horas/clase.

**LCCC— Lectura Crítica de la Comunicación Cristiana:** para grupos religiosos. Se analizan las relaciones de comunicación existentes en las Iglesias Cristianas, así como la comunicación del

culto o liturgia cristiana practicadas por las comunidades. Se realiza en conjunto con el Servicio a la Pastoral de la Comunicación de las Ediciones Paulinas -SEPAC—EP.

**LCC para Grupos Populares:** destinado a las comunidades pobres de las periferias de las grandes ciudades y del medio rural. Como fue mencionado anteriormente, la UCBC, manteniendo sus cursos tradicionales de LCC, inició un proceso de discusión en relación a una propuesta para un trabajo más efectivo junto a los grupos populares. Al asumir esta perspectiva de análisis de la comunicación, a partir de los intereses de las clases pobres y empobrecidas, el Proyecto LCC para Grupos Populares pudo conducir a una superación de los proyectos anteriores. En la realidad, varios cursos del LCC podrán cambiar, reduciendo al mínimo su preocupación por la clase media, para dedicarse prioritariamente al trabajo junto a las clases subalternas, de acuerdo con sus intereses y objetivos.

**Seminario de Evaluación y Capacitación:** la Coordinación Nacional del Proyecto LCC resolvió concentrar los esfuerzos del grupo en la capacitación de aplicadores de LCC, entendiéndose que ésta es la actividad propia de la pastoral de la comunicación. Se transformó esta clase de curso en Seminario de Evaluación y Capacitación. De este modo, el proyecto está atendiendo a los objetivos de descentralización y multiplicación del LCC en los diversos grupos regionales de la UCBC.

Esta división del proyecto LCC en diversas unidades de trabajo fue posible gracias a los financiamientos que la UCBC empezó a recibir a partir de 1983, de la World Association for Christian Communication (WACC). A través de sucesivos proyectos, la UCBC pudo desarrollar una línea de trabajo más conciente, así como equipar la sede, produciendo materiales y comprando equipos para tornar más efectiva la actividad realizada.

De este modo, a pesar de las innumerables limitaciones de orden económico, administrativo y geográfico (la extensión del Brasil es de 8, 511, 965 Km<sup>2</sup>) y gracias a estos financiamientos, la UCBC pudo producir material para los seminarios de LCC; tales como: textos para discusiones en grupo, grabación de programas de TV, radio, edición de libros (tres en coedición con las Ediciones Paulinas) y producción de programas en video—cassette.

Esta representa, en rápidos rasgos, una visión histórica del Proyecto LCC

desde su inicio hasta ahora. Como se mencionó al principio, al mismo tiempo que fue parcial, también idealizó una serie de realidades, transponiendo las barreras de las limitaciones y contradicciones inherentes a todo proceso histórico. La Historia del LCC no es un proceso lineal de evolución, sin contradicciones y ambigüedades. Al contrario, la UCBC está conciente de que hubo marchas y contramarchas, luces y sombras, contradicciones, conflictos y ambigüedades. Sin embargo, estamos convencidos de que hubo una acentuada evolución positiva en la definición del proyecto.

*En el análisis se destacó la importancia de la utopía y de la lucha cultural.*

## II. LA PREGUNTA

En la evolución histórica del proyecto LCC, caracterizada como una evolución que también ha experimentado conflictos, contradicciones y ambigüedades, hubo dos momentos importantes. Estos surgieron como preguntas sobre la identidad y sobre el método que el Proyecto empleaba, y fue la respuesta a estas preguntas que permitió al proyecto llegar a una explicación teórica provisional, con metodología, referencial teórico, etc.

### a) La Pregunta por la Identidad de la UCBC.

En la experiencia de los cursos de LCC surgió una preocupación que desde hace mucho venía trayendo la UCBC: qué significaba lo "cristiano" que la entidad llevaba en su nombre? Esta preocupación alcanzó su punto culminante en 1981, en el X Congreso, con el tema: Comunicación, Juventud y Participación. En un primer momento se mencionó la necesidad de realizar una Carta de Principios de la UCBC. La idea evolucionó hacia un trabajo más sistemático. De este modo, la UCBC pasó a buscar la respuesta de su identidad en el proyecto sobre Comunicación y Teología, que además de fundamentar teóricamente sus proyectos, daba a la UCBC la oportunidad de reunir a teólogos y comunicadores para una reflexión conjunta.

Para este fin, se realizaron hasta tres consultas. La primera se hizo en la ciudad de Piracicaba, en el Estado de Sao Paulo, del 14 al 26 de julio de 1982, y procuró responder a las siguientes preguntas: "¿Qué es Teología?" y "¿Qué es Comunicación?". Al término de la mencionada consulta, se tuvo la conciencia de que la Teología de la Comunicación no surgirá en futuro próximo y que la relación entre estas dos realidades se dará en un proyecto político común. Se recordó que el elemento referencial debe ser las luchas populares y la ideología de las masas, así como se destacó la importancia de la utopía y de la lucha cultural. Por otro lado, apenas se tocó la relación teología y comunicación, ya que faltaron las implicaciones mutuas.

La segunda consulta se realizó en la ciudad de Petrópolis, en el Estado de Río de Janeiro, del 8 al 10 de abril de 1983. Procuró responder a las siguientes cuestiones: "¿Qué es la Teología de la Liberación?" y "¿Qué es Comunicación Liberadora?". Además la consulta pretendió promover una nueva lectura de la historia de la comunicación en Latinoamérica a la luz de la reflexión realizada por la Teología de la Liberación. También se pretendió profundizar los contactos entre comunicadores, teólogos y comunicadores populares, así como aumentar la producción teórica sobre Comunicación y Teología, partiendo de la realidad latinoamericana. Los trabajos de los grupos partieron de una charla de Fray Leonardo Boff, Ofm, sobre "Teología de la Liberación en una perspectiva histórica". Aquí también fueron provisionales los resultados. En lo que se refiere a la Teología de la Liberación, los participantes se limitaron a recuperar los principales datos históricos de esta corriente teológica en Latinoamérica, explicando sus supuestos básicos y demostrando la incidencia de esta problemática en la Comunicación. Por otro lado, con respecto a la Comunicación Liberadora, se explicó que ésta debe posibilitar la decodificación del mensaje y la percepción de los mecanismos de opresión/dominación. Esta comunicación aprovecha las brechas que se presentan dentro del sistema, por más monolítico que pueda parecer. Razón por la que la Comunicación Liberadora apoya formas de comunicación que brotan de las bases, vinculando la comunicación popular con los posibles aliados que surgen en la sociedad, proporcionando además condiciones de intercambio de la producción de comunicación de la base con la base. La práctica de la comunicación liberado-

ra tiene implicaciones en diversos niveles de articulación, entre ellos el desafío a individuos y grupos intelectuales a hacer su "opción de pueblo", a poner su saber y su práctica a servicio de las clases empobrecidas. A partir de la práctica liberadora de la comunicación popular es preciso conceptualizar la cultura de modo que lleve a la superación de la jerarquización de la producción cultural y de los bienes simbólicos. La comunicación liberadora hace de las clases populares el principal sujeto del proceso de comunicación, en el cual los medios de comunicación social ejercen el papel de instrumentos al servicio de la organización popular, que genera la liberación de las masas empobrecidas de Latinoamérica.

La tercer consulta se realizó en Sao Paulo, del 11 al 14 de febrero de 1985. En ella se planteó la búsqueda de los fundamentos teológicos para una comunicación liberadora.

Estas reuniones vienen alimentando a la UCBC, razón por la cual se vuelven un momento privilegiado dentro de la política de la entidad y sirven para aclarar los fundamentos teóricos que rigen sus diversos proyectos, mayormente el de Lectura Crítica de la Comunicación.

*La nueva propuesta asumió el análisis de la comunicación a partir de los intereses de las clases populares y empobrecidas.*

### b) La Pregunta por el Método

La apertura a los grupos populares llevó a la UCBC a cuestionar la metodología empleada en el LCC. A partir de la reunión de abril de 1982, la UCBC decidió estudiar una metodología que viniera al encuentro de las necesidades de los grupos populares, a fin de evitar la práctica de la simple transferencia del saber académico de profesores de comunicación a una asistencia atenta pero no participativa.

La UCBC confió a uno de los miembros del Consejo Directivo, el educador popular João Luis van Tilburg, la elaboración de un anteproyecto para el LCC destinado a los grupos populares,

que se estudió y aprobó en el I Encuentro Nacional de los Socios, realizado en febrero de 1983. En el transcurso de ese año, después de la realización de un curso en el mes de julio, se llevaron a cabo tres experimentos, dos en Río de Janeiro y uno en Sao Paulo. La propuesta educacional de este anteproyecto, experimentado en estas tres oportunidades, partía de la afirmación de que el Estado, mediante los medios de la comunicación de masa, procura obtener un **consenso** en relación al entendimiento de la forma en que la producción de la riqueza está organizada, "proyectando sus intereses expresados en valores, en vista de la perpetuación de su poder históricamente conquistado".

Afirmaba también que "en virtud de la actuación de los aparatos ideológicos del Estado, la clientela del LCC ya ha incorporado esos valores" que garantizan la perpetuación del poder. Debido a esto "sucede que el punto de partida del LCC considerará la percepción (interpretación y reinterpretación) de esos valores de parte de aquellos a los cuales el LCC se dirige, en virtud de que la propia interpretación y reinterpretación evidencian una actitud crítica, implícita o explícitamente expresada". Esa actitud crítica conoce una variedad y una diversidad de graduaciones que no se encuadran necesariamente en los parámetros delineados por el LCC, en relación a la concepción de conciencia crítica por parte de la UCBC. En esta línea, los propios valores inherentes a toda formulación de apreciación, expresados por los participantes del curso, se constituyen en el objeto del LCC que tiene como referencia "los valores presentes en las produc-

ciones simbólicas para alcanzar el objetivo propuesto".

A partir de esta colaboración, para responder a la pregunta por el método, se aclaró la redefinición de la propuesta del LCC: mientras que anteriormente se proponía realizar junto a un grupo un análisis "objetivo" del contenido y del lenguaje así como de los intereses ideológicos y del sistema de producción que están por detrás de un programa, ahora se pretende trabajar con grupos que tengan intereses de clase más definidos, partiendo de la manera como las personas subjetivamente perciben los programas y materias de los medios de comunicación de masa, a fin de concientizar la contradicción entre sus valores y los propuestos por la clase dominante. Razón por la que es fundamental considerar el grupo como antecedente, ya que toda persona y todo grupo posee juicios de valor que se deben respetar. Así, no cabe al coordinador del LCC interferir, dando a conocer sus interpretaciones de la realidad.

Al explicar la contribución de los diversos encuentros en que se estudió la problemática suscitada por la pregunta por el método del LCC, podemos afirmar que el proyecto eligió el **proceso inductivo de análisis** a partir de productos concretos. Esta relación parte del principio de que el objetivo que se quiere alcanzar no es la simple codificación de los signos, sino, por un lado, la confrontación entre la conciencia del usuario y su universo simbólico y, por otro, la gama de valores transmitidos por los diversos medios de comunicación. De este proceso dialéctico resulta, como meta, la reafirmación de la conciencia de clase. Como resultado secundario,

decurrente del propio proceso de lectura crítica, se espera que el participante del proyecto LCC comprenda los mecanismos de producción y de signos. Esta es la razón por la que el análisis a través del método inductivo se cumple con la intervención de los animadores, cuya función es indicar las contradicciones de los miembros del grupo. En algunos momentos, se apela al método deductivo, con exposiciones teóricas y análisis de textos.

### III.- LA EXPLICACION TEORICA DEL PROYECTO LCC

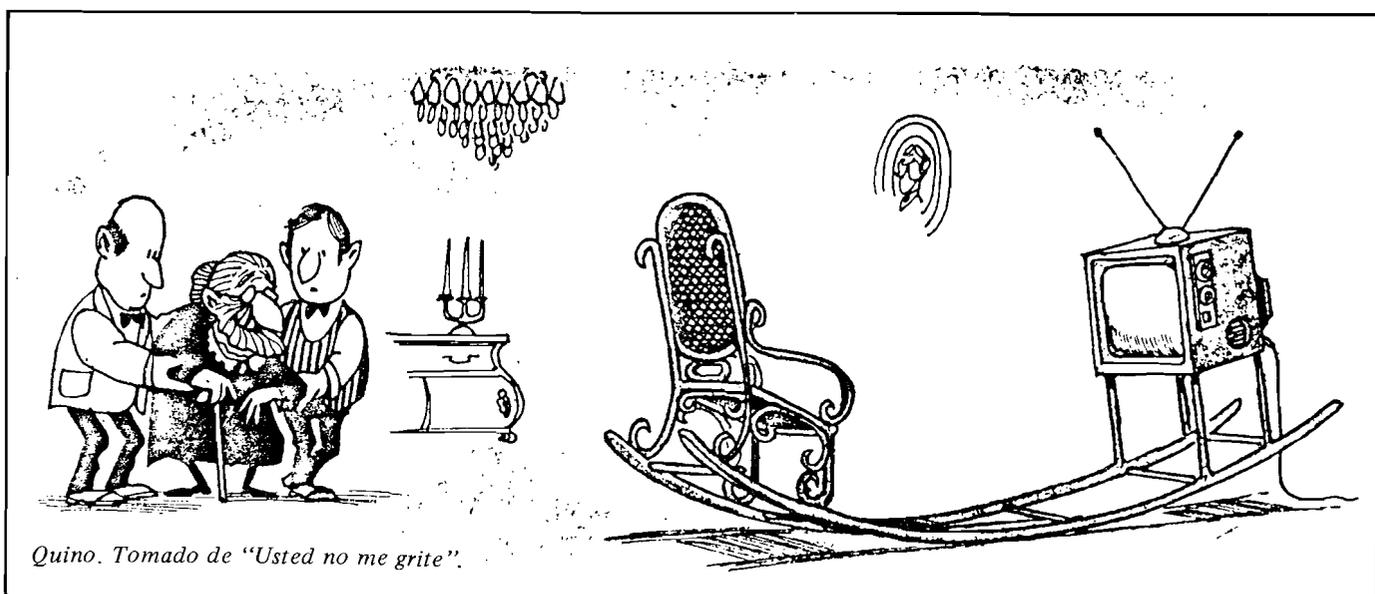
A partir de estas sucesivas reuniones y encuentros para responder a las dos preguntas fundamentales que hizo el proyecto LCC, fue posible llegar a una explicación teórica provisional. Esta explicación contiene un referencial teórico del proyecto, sus objetivos específicos, la metodología empleada y sus respectivas técnicas, el papel del aplicador, la evaluación del proyecto, las líneas de acción y una bibliografía básica sobre la lectura crítica de la comunicación.

#### a) Referencial Teórico

Este referencial pretende proporcionar el soporte teórico para el proyecto de Lectura Crítica de la Comunicación. Se fundamenta en las conquistas de los encuentros de Teología y Comunicación e incluye dos puntos: el reconocimiento de que el LCC es un proyecto de la UCBC que habilita la comprensión del proyecto.

#### 1.- Un Proyecto de la UCBC

La UCBC se define como una



Quino. Tomado de "Usted no me grite".

“Entidad destinada a congregar agentes de pastoral de la comunicación de las Iglesias Cristianas, profesionales, profesores, investigadores, estudiantes, escuelas y entidades de comunicación social” (Art. 1 - Estatutos), estimulando la presencia cristiana cada vez más efectiva en el área de la comunicación, promoviendo el estudio y la discusión de la Comunicación Social al servicio de la comunidad, del proceso y de la participación, contribuyendo de esta manera a la creación de una sociedad nueva, de relaciones justas y fraternales.

De este modo, la UCBC pretende realizar una verdadera actividad de evangelización. Evangelizar significa anunciar a Jesucristo -que hace “nuevas a todas las cosas” (Ap. 21,5) y que vino para que “todos tengan vida” (Jo 10,10)- y su Buena-Nueva en una realidad vigente que traduce exactamente lo contrario. Esto significa “llegar a alcanzar y modificar por la fuerza del Evangelio los criterios de juicio, los valores que

cuentan, los centros de interés, líneas de pensamiento, fuentes inspiradoras y los modelos de vida de la humanidad, que se pretenden en contraste con la Palabra de Dios y con el designio de la Salvación” (Evangelii Nunciandi, No. 19).

Consecuentemente, para la UCBC, ser cristiana no significa tener un rótulo o apellido convencional. La selección de este calificativo significó, desde el inicio, para la entidad el elegir un camino coherente con el Evangelio, con muchos riesgos, pero potencialmente transformador con miras a la nueva sociedad y al hombre nuevo. La UCBC está convencida de que “Cristo Dios nos ama de tal manera que da su vida por todos, alcanzando especialmente a los pobres, los oprimidos y marginalizados, asumiendo la defensa con justicia y amor” (Vida y Misión, Doc. de la Iglesia Metodista, pág. 37). En tal razón, fiel a los principios que motivaron su creación y en base a la experiencia de 15 años de actividad, la UCBC asume su camino autóno-

mo, ecuménico, integrado a la Pastoral de las Iglesias y se sitúa en un lugar social definido y explícito: la realidad de los grupos marginados en Brasil y América Latina. Su objetivo primordial es contribuir al proceso de liberación integral de los marginados de este continente “creyente y explotado”.

En consecuencia, afirma que toda reflexión y todo trabajo en el área de la comunicación debe tomar en cuenta que no puede haber dicotomía entre lo político, lo económico y lo cultural. Considerando que el polo opresor de la sociedad crea un consenso que es “proyectado” en el propio sentido común, volviéndolo ambiguo y contradictorio, es necesario que el comunicador comprometido con la práctica liberadora ayude a romper este consenso impuesto, contribuyendo con las clases populares empobrecidas para que superen su propio sentido común a través del constante análisis de su práctica.

Para desencadenar la transforma-

**SUSCRIBASE!**

Y reciba gratis el  
ANUARIO DE LA COMUNICACION POPULAR

Perú  
América Latina  
y el Caribe  
Otros países

\$/ 120,000  
US\$ 15  
US\$ 25

Incluye correo aéreo

Enviar cheques a nombre del  
Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional  
Apartado 270031 - LIMA 27 - PERU

**materiales para la comunicación popular**

*En el área de la comunicación no puede haber dicotomía entre lo político, lo económico y lo cultural.*

ción real del proceso comunicativo, es necesario aplicar metodologías de acción que resalten al actual receptor pasivo de la comunicación -las poblaciones empobrecidas- transformándolo en el principal sujeto del mismo. La palabra, puesta democráticamente al alcance de todos, podrá invertir el actual proceso comunicativo, llevando los medios de comunicación a ponerse al servicio de una nueva realidad comunicativa, como instrumentos que sirva a toda la comunidad.

## 2.- La autocomprensión del Proyecto LCC

Inserto en este camino y en esta comprensión que la UCBC posee de sí misma, identificándose con la opción evangélica de las Iglesias Cristianas en América Latina comprometida con la liberación de los marginados del continente, el proyecto LCC se afirma como:

*Un servicio al pueblo brasileño, en proceso de transformación socio-cultural y económico, a partir de la verdad sobre Jesucristo y el hombre y a la luz de la opción cristiana por las clases marginadas (Cf. MT 25,40), que proporcione condiciones de participación y comunión, con miras a una sociedad justa y fraterna.*

## b) Objetivos Específicos del Proyecto LCC

Considerando este referencial teórico, el proyecto LCC tiene tres objetivos específicos:

- 1.- Dar oportunidad a la creación de la conciencia de grupo a fin de que todos los participantes se sientan parte del proceso.
- 2.- Analizar con el grupo el MENSAJE divulgado a través de los medios de comunicación de masa.
- 3.- Reforzar la conciencia de grupo, objetivando un compromiso de cambio del proceso de comunicación por medio de señales proféticas. Se incluye en este concepto

la creación de canales alternativos de comunicación, como los periódicos comunitarios, boletines, teatro popular, video—militante, murales, hojas volantes, etc.

## c) Metodología del Proyecto LCC

El Proyecto prefiere el método inductivo, con el análisis de productos concretos, programado y de ser posible, con la participación del propio grupo. El análisis se realiza con la intervención de los animadores cuya función es indicar las contradicciones de los miembros de los grupos. Se utiliza el método deductivo como auxiliar, con exposiciones teóricas y análisis de textos. Como no es posible la utilización predominante del método inductivo, se recomienda que el aplicador opte por otros métodos, usando como ejemplo los elaborados bajo el punto de vista de las clases populares.

En esta metodología el LCC se vale de técnicas que objetivan un crecimiento de conciencia.

### 1.- Explicitación de los valores:

Para posibilitar esta explicitación se utilizan básicamente tres técnicas distintas, presentadas de preferencia en este orden:

#### a) Explicitación de los valores del grupo:

En primer lugar se presenta un producto cultural (programa de radio, audio—visual, video, periódico, etc.).

Luego se hace el análisis de este producto cultural, partiendo de las siguientes preguntas:

- 1) ¿Qué le gustó?
- 2) ¿Qué le disgustó?
- 3) ¿Qué cambiaría?
- 4) ¿Cómo le haría diferente al producto?

Para realizar tal análisis se subdivide al grupo en subgrupos homogéneos (hombres y mujeres, casados y solteros, etc.).

El aplicador, pasado el tiempo necesario y al reunir nuevamente a todo el grupo, anota en un cuadro los resulta-

*Partimos de la manera como las personas subjetivamente perciben los programas.*

*La función de los animadores es indicar las contradicciones de los miembros de los grupos.*

dos del trabajo de cada subgrupo. Trabaja inicialmente con las cuestiones 1) y 2), solicitando a los participantes sobre las contradicciones evidenciadas entre lo "qué le gustó" y lo "qué le disgustó". El aplicador estará atento a las "impresiones" que dieron a entender las aspiraciones de clase diferentes de aquellas presumiblemente comunes al grupo que realiza el análisis. En una segunda etapa, se pasará al análisis de las respuestas dadas a las cuestiones 3) y 4), cuidando de identificar las diferencias de concepciones y las contradicciones entre los pequeños cambios realizados a los programas pre—existentes y los profundos cambios propuestos con las respuestas a las preguntas de ¿cómo haría un producto similar?.

Finalmente el aplicador con la ayuda de todos, indicará los valores que el grupo pasó a identificar como suyos, confrontándolos con los valores del mensaje.

#### b) Explicación de los valores de los medios:

Presentación de un producto cultural visible.

Análisis de este producto a partir de las preguntas:

- ¿Qué escenas le gustó más al grupo? (percepción sensorial);
- ¿Qué cuestiones suscitan estas escenas? (análisis sociológico);
- ¿Qué valores se encuentran en estas cuestiones? (análisis filosófico);
- ¿Qué valores afirma el grupo? (análisis filosófico).

Aquí también se hace la división en subgrupos homogéneos y el aplicador, usando el método inductivo, busca evidenciar las contradicciones subyacentes en el grupo y en los medios.

#### c) Explicación de valores a partir de problemas:

Se realiza la presentación de un producto cultural. Divididos en grupos, los participantes procuran responder cómo el vehículo en cuestión trata de los problemas inherentes a la clase que está participando del LCC (obreros, estu-

diantes, religiosos, políticos, mujeres, etc.).

En estas técnicas se da más énfasis al modo cómo las personas "consumen" el producto cultural más que al vehículo en sí mismo. Después de cuatro a seis análisis, el grupo ya tendrá noción de la amplitud del universo en estudio y exigirá mayor colaboración del aplicador en el sentido de profundizar determinados conceptos o procesos de producción. Este es el momento preciso para dar el siguiente paso.

## 2.- Análisis del Proceso de Comunicación

### a) Análisis de la producción realizado a través del:

- análisis de la estructura: organización del programa;
- análisis del lenguaje: técnica utilizada en el programa;
- análisis del mensaje: explícito e implícito.

### b. Análisis del sistema de comunicación:

- presentación de textos sobre comunicación e industria cultural;
- análisis en grupo de los textos presentados;
- socialización del análisis en plenaria.

Lo ideal, para la finalización del curso, es el compromiso con el propio proceso de trabajo del LCC o, mejor dicho, con los proyectos de uso alternativo de la Comunicación Social, volviéndole consciente del cambio en el proceso de comunicación.

### d) Papel del aplicador del LCC

Para que una persona, a nombre de la UCBC, aplique un Curso de LCC tiene que cumplir las siguientes exigencias:

#### 1a.) En cuanto al referencial teórico del Proyecto LCC

- identificarse con el referencial teórico del proyecto;
- conocer y asumir el camino histórico de la UCBC en su identidad cristiana;
- conocer y asumir el referencial de las Iglesias Cristianas que orientan la acción de la UCBC.

#### 2a.) En cuanto al grupo con el que se trabajará

- conocer al grupo con el que se trabajará en el LCC;
- ser sensible a los deseos y necesidades del grupo, percibiendo además sus contradicciones internas;
- intervenir en el proceso de trabajo del grupo sin formar parte del cuerpo directivo;
- conocer el producto cultural que el grupo "consume";

- orientar al grupo para encontrar respuestas adecuadas;
- cuestionar los valores del grupo partiendo de la opción cristiana que orienta a la UCBC;
- estimular el compromiso del grupo ante los medios de comunicación.

### 3a.) En cuanto al proceso de comunicación

- ser un "apasionado" por la comunicación;
- poseer la competencia necesaria para el manejo de técnicas de comunicación de los diversos medios;
- tener conocimientos suficientes para orientar el análisis psicológico, sociológico y de valores cristianos de los productos culturales presentados.

Ante las exigencias hechas al aplicador, la Coordinación Nacional del Proyecto LCC trabajará para que la capacitación del mismo se lleve a cabo en los diversos niveles indicados, concientizándole sobre la orientación de la UCBC y del Proyecto LCC, a partir de los encuentros y seminarios ya realizados sobre este punto. Es fundamental que el aplicador del LCC participe de los encuentros sobre Comunicación y Teología. La UCBC promueve estos encuentros periódicamente.

### e) Evaluación del LCC

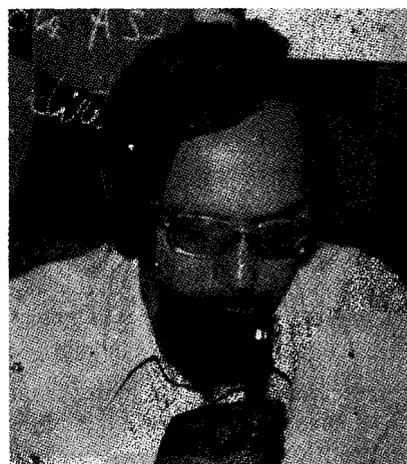
Este es un punto sobre el cual se debe explicar y meditar aún más. Entretanto, existe la opinión unánime de que la evaluación del LCC debe contemplar cinco puntos:

- 1.- Partir de preguntas sobre el aprovechamiento del grupo en el LCC en cuestión.
- 2.- Sentir el proceso de comunicación que opera en el interior del grupo en relación a la realidad familiar y dentro de la comunidad eclesial. Nota (observación): cuando el grupo logra realizar un análisis objetivo de su propio proceso de comunicación, puede decirse que se alcanzaron los objetivos propuestos por el LCC.
- 3.- Evaluar el método empleado:
  - a) a través de reuniones periódicas, revisando el proceso;
  - b) a través del acompañamiento de los grupos que ya participaron del proyecto, revisando el compromiso específico asumido durante el LCC.
- 4.- Determinar el compromiso del grupo con la UCBC y de ésta con el grupo.

- 5.- Destinar a un miembro del grupo de aplicadores para que asuma el proceso de evaluación continua del desarrollo de cada grupo que realiza el LCC.

### f) Líneas de Acción para el Proyecto LCC

- 1.- El aplicador debe conocer el producto cultural que se tome como base para el análisis.
- 2.- La Coordinación Nacional, con la colaboración de los miembros de Sao Paulo, producirá material y lo enviará a las otras sedes regionales.
- 3.- Debe haber un continuo intercambio de material entre las coordinadoras regionales y de éstas con la coordinación nacional.
- 4.- El Proyecto debe poner a disposición del aplicador los siguientes implementos:
  - un video con explicaciones técnicas y metodologías sobre el LCC;
  - programas grabados en video y audio con especialistas en cada campo de la comunicación;
  - mimeografiados y textos básicos con informaciones para la realización del análisis del sistema de comunicación;
  - bibliografía básica sobre el análisis crítico de la comunicación.



**PEDRO GILBERTO GOMES.** Es vicepresidente de la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social. Licenciado en filosofía y teología actualmente prepara su maestría en comunicación en la Universidad de San Pablo. Es profesor de la Facultad de Teología Nuestra Señora de la Asunción y del Instituto Teológico de San Pablo.