

Encuentro mundial «audiovisuales y evangelización» (AV-EV).

Informe del Comité Continental Latinoamericano AV-EV

INTRODUCCION

El presente informe es el resultado del trabajo hecho por Comité Continental Latinoamericano AV-EV en el Encuentro celebrado en Lima, Perú, del 20 al 27 de julio de 1977. Contiene una síntesis de los aspectos más destacados que se analizaron en esa ocasión, partiendo del estudio y reflexión de los elementos siguientes:

1. Perspectiva socio-económica-política-cultural-religiosa en América Latina.
2. Documento «*Resultado de las respuestas latinoamericanas al Cuestionario Mundial AV-EV*», contestado por 116 entidades de 20 países.
3. Documento «*Recopilación de los Informes de los Encuentros Nacionales AV-EV en América Latina*», efectuados en los países del continente como un aporte específico de las bases.
4. Reflexión teológica sobre «*La Evangelización y los Medios Grupales*».
5. Experiencias vivenciales de los participantes en el Encuentro.
6. Conocimiento directo de realidades por continuos contactos personales durante la ejecución del programa de trabajo del Comité Continental.

Considerando la amplitud de la palabra «audiovisuales», el Comité Latinoamericano no determinó su uso por «Medios de Comunicación Grupal» (M.C.G.), pues se trata de *medios* muy variados que permiten la *comunicación* en el marco de *grupos*, comprendiendo este término tanto a las formas expresivas que existen o no de aparatos tecnológicos, como a los medios de comunicación masiva tradicionales cuando éstos utiliza como medios grupales. El término sugiere que se extienda y amplíe la terminología.

segunda Conferencia General del Episodado Latinoamericano, Medellín 1968.

Al ofrecer una somera descripción de la situación de los Medios de Comunicación Grupal¹ en América Latina con sus logros, dificultades y prospectivas, este informe pretende ser no sólo una contribución al Encuentro de Munich, sino también una ayuda a la actualización constante de la misión evangelizadora de la Iglesia en el continente.

Antecedentes

Para comprender mejor el papel de los Medios de Comunicación Grupal en la tarea evangelizadora de América Latina, es necesario tomar en consideración algunos aspectos fundamentales de nuestra realidad que dificultan o favorecen el trabajo pastoral.

Entre los que dificultan, entre otros:

1. La gran extensión geográfica y la falta de adecuadas vías de comunicación.
2. Las diversidades étnicas y culturales.
3. Las excesivas desigualdades socio-económicas que impiden sistemáticamente las legítimas aspiraciones de los sectores menos favorecidos y generan frustraciones crecientes (Medellín, 2-3 y 2-4)².
4. El uso de la fuerza para reprimir drásticamente todo intento de reacción (Medellín, 2-6) en regímenes políticos que violan los derechos humanos escudados tras la doctrina de la Seguridad Nacional.
5. Los medios de comunicación masiva controlados por grupos de poder interesados en mantener el «statu quo» (Medellín, 16-2), que imponen modelos culturales alienantes y masificantes.

Entre los que favorecen, además de otros, destacan:

1. La progresiva toma de conciencia de una situación de injusticia y los esfuerzos cada vez mayores por hacer efectivo el derecho de participación a todos los niveles.
2. La multiplicación de comunidades cristianas de base donde se profundiza el compromiso de vida de fe, siendo fermento en medio de la gran masa de bautizados y de católicos por tradición.

3. La religiosidad popular que mantiene abierto el pueblo a recepción del mensaje y posibilita el camino a una auténtica evangelización.

4. Ciertas virtudes humanas como la hospitalidad, cooperación, sencillez, solidaridad, amistad, etc., que hacen presente en nuestro continente la vivencia de valores evangélicos.

En este contexto la Iglesia tiene que emplear múltiples formas para cumplir su misión, consciente de que en América Latina *la evangelización incluye la promoción humana*, de que *no existe la Iglesia sin comunidad*, y de que si el mensaje evangélico debe llegar también a las muchedumbres a través de los medios de comunicación, esto debe hacerse en forma tal que penetre «en las conciencias para posarse en el corazón de cada hombre con todo lo que éste tiene de singular y personal y con capacidad de suscitar en favor suyo una adhesión y un compromiso personal» (Evangeli Nuntiandi, 45).

Los medios de comunicación grupal

Llamamos Medios de Comunicación Grupal a aquellos recursos y/o instrumentos que por su *naturaleza y modo de utilización* permiten la comunicación, expresión y creatividad de grupo.

1. Tratándose de evangelización, estimamos que los «medios» no son el elemento principal sino que están *subordinados* a los objetivos pastorales. Sin embargo, no han de ser considerados como meros auxiliares, sino como un *lenguaje adecuado* para la comunicación y profundización del Mensaje, así como para la intercomunicación de los miembros del grupo entre sí y éstos con la comunidad.

2. Creemos que la «comunicación» del Mensaje no puede reducirse a una transmisión de contenidos conceptuales, sino que involucran como elemento sustancial el intercambio de experiencias y vivencias de fe.

3. Por «grupo» entendemos:

- a) un número limitado y homogéneo de personas;
- b) en búsqueda común;
- c) que participa activamente;
- d) en un proceso continuo;
- e) de comunicación dialógica;
- f) hacia una conversión evangélica que incluye un compromiso para un cambio en la sociedad.

Lo que caracteriza el uso de los medios

La garantía de la eficacia evangelizadora no proviene de los Medios de Comunicación Grupal como tales ni del uso de ciertas técnicas, ni de la habilidad del comunicador (todo ello sin duda necesario), sino de la acción del Espíritu (Evangelií Nuntiandi, 75) que, a través del testimonio del animador en comunión con el magisterio, conduce al grupo en su proceso de búsqueda y de constante conversión.

Teniendo en cuenta esta premisa, la metodología de los Medios de Comunicación Grupal deberá basarse en los cuatro elementos siguientes:

1. *El animador*: persona que, *identificada* con el grupo y *co-nocedora* de su realidad, facilita la participación y estimula la creatividad sirviéndose de los medios y de las técnicas de dinámica grupal.
2. *El grupo*: formado por personas que se sienten *acogidas y valorizadas* dentro de un clima de diálogo, de reflexión común y de acción creativa que lleve a un compromiso de fe.
3. *El medio*: utilizado como *lenguaje del grupo y no como simple entretenimiento*, debe ser flexible, adaptado a cada caso, momento y circunstancia, para que pueda motivar y cuestionar a los participantes, promoviendo el encuentro de personas capaces de crear comunidades de fe.
4. *El proceso*: que parte de una realidad, la examina y la transforma a la luz de la fe.

Decimos «proceso» porque no son actos aislados, sino un caminar permanente del grupo hacia su madurez cristiana que se expresa en signos de salvación.

Por qué ha de usarse la comunicación grupal

Cada vez más se comprueba la necesidad de incrementar el uso de los Medios de Comunicación Grupal tanto en la educación como en la evangelización propiamente dicha, puesto que ellos satisfacen exigencias teológicas, pastorales, culturales, pedagógicas y socio-políticas en América Latina.

1. *Motivos teológicos y pastorales*:
 - a) dinamizan la actuación de las comunidades cristianas de

base, las que responden a un movimiento eclesial y a una necesidad pastoral de nuestro continente;

- b) permiten adaptar la comunicación del Mensaje a las características étnicas y culturales del grupo;
- c) favorecen el mejor conocimiento del Evangelio;
- d) ayudan a relacionar fe y vida;
- e) motivan eficazmente la conversión personal;
- f) facilitan a todos los cristianos el ejercicio de su vocación misionera.

2. *Motivos pedagógicos:*

- a) son parte esencial del proceso de educación integral;
- b) posibilitan la comunicación y expresión;
- c) contribuyen a la personalización;
- d) logran la retroalimentación (feed-back) inmediata;
- e) ayudan al desarrollo de la conciencia crítica;
- f) tienen efectos formativos multiplicadores;
- g) permiten una relación directa, personal y dinámica en el educador o evangelizador y el grupo.

3. *Motivos socio-políticos:*

- a) contribuyen al mejor conocimiento y comprensión de realidades locales, nacionales y continentales;
- b) suscitan la toma de conciencia;
- c) favorecen la formación de una actitud liberadora ante cualquier tipo de opresión;
- d) permiten decir su palabra a «los que no tienen voz».

El uso de los medios de comunicación grupal América latina

La gama de medios utilizados, tanto aquellos que requieren recursos tecnológicos como los que no necesitan de ellos, muy amplia. Dichos medios comenzaron a implantarse poco a poco y en forma progresiva desde hace más o menos unos 10 a 12 años. Sin embargo su utilización como Medios de Comunicación Grupal según los postulados enunciados oportunamente, igual que su empleo más racional, sistemático y reflexivo para la evangelización, es relativamente reciente en América Latina.

En general su desarrollo avanza en forma desigual no sólo a nivel continental sino incluso dentro de los mismos países, ofreciendo un panorama que va desde trabajos elementales e incipientes, hasta actividades ya organizadas y eficaces.

A continuación se presentan algunos ejemplos de estas últimas, seleccionadas de acuerdo a ciertas características que se consideran significativas porque abren brechas en el uso de los Medios de Comunicación Grupal en la tarea pastoral de América Latina. En algunos casos se trata de experiencias generalizadas y en otros de ensayos pilotos que, aunque similares en distintos lugares, tienen no obstante distinto grado de desenvolvimiento.

1. *Experiencias con medios no tecnológicos*

Quizás una de las principales características en el uso de los Medios de Comunicación Grupal en nuestro continente sea el que numerosos grupos emplean espontáneamente, y con buen éxito, aquellos medios que no requieren aparatos ni tecnologías sofisticadas como: la mímica, el gesto, la danza, la expresión corporal, el teatro popular, el cuento, la historieta, el dibujo y la pintura, el modelaje, los títeres y marionetas, las fotos recortadas de publicaciones, el periódico mural, el rotafolio y el flanelógrafo, el sociodrama y sicodrama, y otros.

La riqueza de estas experiencias estriba en que permite el uso de técnicas variadas, a un costo muy bajo o nulo, facilitando a los grupos el comunicarse y expresarse con naturalidad conforme a su condición y cultura.

2. *Experiencias en el uso de medios masivos a nivel grupal*

Hallamos aquí algunas que se destacan no tanto por el medio que utilizan cuanto por el método que emplean.

a) Emisoras radiales que superando el carácter masivo del medio logran establecer comunicaciones de tipo grupal como, por ejemplo:

— Un circuito cerrado de radio (por cable) en la parroquia de una pequeña población que permite realizar directamente una tarea evangelizadora en la familia con un constante feed-back.

— Una emisora privada católica con programas destinados a grupos organizados, que cuenta con animadores entrenados en el uso de diversas técnicas para suscitar la participación de to-

dos, teniendo muy en cuenta el lenguaje de las bases. Es como se recogen las expresiones populares, los dichos y re- nes, las canciones, los cuentos y tradiciones de mayor arra en el medio para la confección de los mensajes. Se ayuda igr mente al grupo a comunicarse a través de la expresión cor ral y, mediante la misma, se les va formando en los gestos r significativos de la liturgia. En el caso de esta emisora, la tra misión radiofónica se usa principalmente como nexo y apoy la labor de los animadores de grupo.

b) Utilización del cine a nivel grupal con películas de larg cortometraje para el análisis, la reflexión y la toma de conc cia ante determinadas problemáticas; existiendo algunas r tribuidoras católicas que facilitan el material y ofrecen or tación para su mejor uso.

c) Empleo de la prensa (periódicos y revistas) en bastar grupos que estudian, interpretan y comparan artículos y n cias importantes, así como la influencia de la publicidad y ot aspectos que se relacionan con temas que interesan a su for mación cristiana y social.

3. *Experiencias en sectores populares*

Dado por una parte el alto índice de analfabetismo en Améi Latina y por la otra, la carencia de profesionales y de sacer tes que puedan ocuparse de las mayorías dispersas, han surg experiencias piloto de formación de líderes de comunidade partir del lenguaje de la imagen y el sonido. Vale la pena r cionar:

a) El Programa de Formación de Promotores de Salud en merosas tribus de la Selva, con folletos a base de abundar dibujos y breves textos en un lenguaje muy sencillo.

b) La capacitación de Catequistas Campesinos, empleánd láminas, fotos, música y metodologías apropiadas, que los cen aptos para comunicar y discutir el Evangelio en sus ca ríos dentro de su propio contexto cultural.

c) Centros de Comunicación Popular cuyos responsables, bitantes del mismo sector, hacen un trabajo constante de r mación en la comunidad para que ésta se familiarice con medios, se entrene en la participación, produzca e intercambie materiales autóctonos.

4. *Experiencias de servicios*

Conscientes de la importancia prioritaria de ayudar a los que actúan en las bases y de facilitar el que ellos mismos puedan hacer programas adaptados a su realidad, en lugar de limitarse a la producción y distribución de materiales, algunos Centros Audiovisuales ofrecen *servicios especiales* como:

- a) orientación y capacitación de agentes evangelizadores;
- b) enseñanza del uso técnico de aparatos y materiales;
- c) alquiler de material visual y sonoro (diapoteca, fototeca, cassettes);
- d) grabación de programas y revelado de fotos y diapositivas;
- e) venta de aparatos a bajo costo;
- f) intercambio de informaciones y experiencias entre los que trabajan en el mismo campo.

5. *Experiencias de formación*

En América Latina no existe ningún Centro o Instituto dedicado exclusivamente a la capacitación audiovisual de personal. No obstante hay esfuerzos diversos a nivel de formación en los Medios de Comunicación Grupal.

- a) Los cursos y cursillos de audiovisuales para evangelizadores y educadores van aumentando en número, al igual que la práctica de incluir esta materia en aquellos que se organizan especialmente para la preparación de catequistas.
- b) Se cuenta ya con algunos equipos itinerantes de profesores —en algunos casos se trata de una sola persona— que se desplazan de un lugar a otro del país (y a veces son invitados a otros países), para dar cursos de Medios de Comunicación Grupal en el propio ambiente donde trabajan los evangelizadores.

6. *Experiencias a nivel continental*

Cabe señalar dos experiencias significativas, una de carácter radial y otra cinematográfica.

- a) SERPAL (Servicio Radiofónico para América Latina) presente en la casi totalidad de los países del continente. Se ocupa de producir y difundir un material formativo hecho por profesionales latinoamericanos. Promueve al mismo tiempo un *mé-*

todo que contribuye a incentivar la reflexión en los destinatarios, empezando por deshacer las alienaciones que caracterizan el actual fenómeno de la comunicación social. Sin descartar la eficacia de las emisiones radiofónicas, SERPAL da prioridad a la audición y discusión grupal de sus programas. En las sesiones radiales promueve la participación de los oyentes en el debate habilísimo sobre los temas.

b) El PLAN DENI (Educación Cinematográfica de Niños), movido por el SAL-OCIC. Funciona en varios países con diferentes denominaciones. Al proceso de alfabetización y educación del niño incorpora el aprendizaje de los nuevos lenguajes producto de los medios de comunicación social, para preparar a vivir libre y conscientemente en la nueva civilización de la imagen. Una metodología propia, que además del cine emplea la TV y otros medios grupales, contribuye al desarrollo integral del niño como persona. Enriquece su capacidad de atención, percepción, crítica y análisis, estimula su creatividad personal y grupal; le capacita para expresarse con esos medios y comprender lo que con ellos se le comunica.

7. *Experiencias de producción*

Durante mucho tiempo América Latina se abasteció casi exclusivamente de material extranjero que en la mayoría de los casos no correspondía a las problemáticas locales. Este material constituye todavía un buen porcentaje de lo que se distribuye y utiliza en el continente. Pero la situación está cambiando favorablemente. La toma de conciencia de la necesidad de un material autóctono ha tenido como consecuencia la producción que va en aumento, de materiales propios. A este nivel se cuenta ya con algunos pocos Centros «profesionales» y con un número bastante crecido de otros de carácter «artesanal» (pequeños grupos o una sola persona) que confeccionan los materiales que necesitan, muchas veces más encarnados en su realidad.

Problemáticas

Dado que el empleo de los Medios de Comunicación Grupal es relativamente reciente en América Latina, resulta normal que existan problemas de diversa índole. Se exponen seguidamente los más generalizados y que tienen una incidencia significativa en las deficiencias que se confrontan para el trabajo pastoral en este campo.

Dificultades en relación con el personal

- a) Falta de personas capacitadas y especializadas en la producción, distribución, formación y utilización.
- b) Escasez de personal que pueda dedicarse a tiempo completo a las tareas antes enumeradas.
- c) Desconocimiento e insensibilidad en evangelizadores, catequistas y educadores sobre la importancia del fenómeno audiovisual y de sus repercusiones en el hombre de hoy.
- d) Reticencia en muchos de ellos a pasar de una actitud vertical a una educación dialógica.
- e) Ausencia de estudios sistemáticos de Comunicación Social y Medios Grupales en los Seminarios y Casas de Formación y, en consecuencia, falta de preparación para su comprensión y uso en la educación y en la pastoral.

Dificultades en relación con los materiales e instrumentos

- a) Insuficiencia de materiales autóctonos.
- b) Falta de materiales con contenido actualizado, acorde con las orientaciones del Vaticano II, Medellín y los últimos Sínodos de Obispos.
- c) Falta de materiales que económicamente estén al alcance de grupos de escasos recursos.
- d) Carencia de aparatos sencillos que permitan su uso en sectores populares y campesinos.

Dificultades organizativas y de coordinación

- a) Falta de visión del papel que corresponde a los Medios de Comunicación Grupal en la pastoral de conjunto y, en algunos casos, incompreensión y desinterés de las autoridades competentes de las que no se recibe el apoyo necesario.
- b) Insuficiente información sobre lo que hay y se hace a nivel de Medios Grupales.
- c) Falta de comunicación y coordinación entre los distintos centros, entidades y grupos que trabajan en el sector audiovisual, tanto a nivel nacional como continental.

Dificultades de orden económico

- a) Para el trabajo de *formación* no se cuenta con recursos para subvencionar cursos especializados; costear reuniones de estudio, intercambio de experiencias y planificación; financiar

viajes del equipo itinerante —o de una persona especializada para desplazarse a lugares del país donde se le necesita y preparar personal idóneo.

b) Se carece de medios económicos para remunerar debidamente a las personas dedicadas a la *producción*, así como para disponer de materiales de experimentación que permitan mejorar la calidad del trabajo.

c) En el campo de la *distribución* se necesita contar a veces con fondos para el arranque de un centro.

d) A nivel de *utilización* no se dispone de dinero para ayudar a la puesta en marcha o incremento de actividades importantes en sectores populares de escasos recursos.

e) Tampoco se cuenta con medios financieros para una imprescindible tarea de *investigación* y evaluación, sin lo cual no puede haber un serio avance en el trabajo de los Medios de Comunicación Grupal.

Prospectivas

La reflexión sobre las problemáticas y realidades de los Medios de Comunicación Grupal en la pastoral latinoamericana, requiere de relieve las principales prioridades que deben tomarse en cuenta en una planificación para el futuro próximo.

1. A nivel de formación

Como primera instancia, es necesario promover e intensificar la sensibilización, la capacitación, el perfeccionamiento y la especialización, según los casos, de animadores de grupos y agentes de evangelización, de productores y distribuidores de audiovisuales, de profesores y educadores, de responsables jerárquicos.

2. A nivel de investigación y evaluación

a) Estudiar la simbología popular para adecuar el mensaje y el lenguaje a las características étnicas y culturales de los grupos.

b) Evaluar sistemáticamente el trabajo que se realiza y corregir las deficiencias y mejorar los métodos, en una dinámica constante de adaptación y superación.

3. *A nivel de coordinación y planificación*

- a) Establecer mecanismos de información e intercambio de experiencias y servicios entre personas y organismos que trabajan con Medios de Comunicación Grupal, tanto en cada país como en el continente.
- b) Llevar a cabo encuentros y muestras nacionales.
- c) Planificar e impulsar los Medios de Comunicación Grupal, mediante un grupo animador a nivel continental con una visión pastoral latinoamericana.
- d) Insertar tanto la coordinación como la planificación en la pastoral de conjunto, pero en tal forma que no anule ni sustituya los esfuerzos que se hacen en las bases, sino que los potencie y estimule.

4. *A nivel de producción*

- a) Hacer más material popular a bajo costo.
- b) Incrementar la producción de materiales autóctonos.
- c) Intensificar la producción de un material más comprometido con la realidad y mejor adaptado al lenguaje popular.
- d) Favorecer la creatividad de los grupos de base y a este fin estimular la organización de *servicios especiales* en los Centros de Producción que les facilite la confección de sus propios materiales.
- e) Recoger en manuales o guías las experiencias y metodologías significativas en el trabajo de Medios de Comunicación Grupal en América Latina para su amplia difusión.

5. *A nivel del trabajo de grupos*

- a) Propiciar una atención cada vez mayor a las comunidades de base.
- b) Adecuar la pedagogía y la metodología al tipo de grupo con el que se trabaja.
- c) Promover e intensificar el uso de medios no tecnológicos, especialmente los que corresponden a la cultura local, en la tarea evangelizadora, pastoral y educativa.

6. *A nivel de recursos económicos*

- a) Establecer prioridades en la financiación para lograr una adecuada y justa repartición de las ayudas.

b) Tomar muy en cuenta a los grupos que realizan experiencias significativas en las bases, en los criterios de prioridad de ayuda económica.

c) Las ayudas no deben destinarse sólo a la producción y sostenimiento de estructuras, sino principalmente a la labor de capacitación.

Para tratar de responder eficazmente a estas perspectivas, ha elaborado un Proyecto de Formación a nivel continental como consecuencia, podría favorecer la coordinación y unificación del trabajo de Medios de Comunicación Grupal para la evangelización en América Latina.

El proceso de la educación en la fe no puede separarse del proceso educativo general del hombre. Los padres de familia cristianos vienen, por ello, obligados a conseguir que la educación de sus hijos en la escuela incluya su formación moral y religiosa, en conformidad con la fe de la Iglesia. De ahí arranca el hecho histórico y actual de que en países de nuestra tradición cultural y de régimen democrático, se imparte la educación religiosa dentro del cuadro general de la enseñanza.

Con serena convicción afirmamos que en el concepto cristiano de la educación, la fe no es una añadidura artificial sobrepuesta a la cultura y a la formación humana que reciben en la escuela. La fe es una luz que se proyecta sobre todas las zonas del pensamiento y vivifica todo el desarrollo personal y comunitario. Por eso, la Iglesia nunca ha separado la educación en la fe de la educación integral.

Conferencia Episcopal Española,
Sobre la Escuela Católica,
Madrid, 25 de junio de 1977