

MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

(Perspectiva pastoral catequística)

JAIME GODOY

I.—«MEDIOS» EN SENTIDO AMPLIO

INTRODUCCION.

Por más que lo olvidemos con frecuencia, los jóvenes son distintos de nosotros, adultos, aun de nosotros a la edad de ellos; el máximo factor de diferenciación lo ha constituido el influjo de los massmedia¹; los banquetes de imágenes, la apertura de horizontes, las soluciones prácticas, las posibilidades de síntesis intelectual, la visión resultante de nuestro mundo adulto, etc., todo esto, necesariamente, ha creado un hombre nuevo en múltiples aspectos y distinto del que fuimos.

No acabar de reconocerlo es un obstáculo más para los caminos del diálogo.

La «democratización» de la TV entre nosotros es de los años 60, los preadolescentes de hoy han sido amasados en el nuevo clima, creado sobre todo por la TV, y la marca dejada por la TV es decisiva.

Cuando nosotros recibíamos el impacto de los massmedia ultramodernos (ciertas técnicas de cine, la TV vía satélite, la

1. Emplearé corrientemente la palabra «massmedia» por su brevedad, en vez de la expresión: «Medios de comunicación social».

TV en color...) lo recibíamos desde nuestra madurez, con defensas más o menos útiles, pero que actuaban como de esclusa para una más lenta asimilación. Pero no es lo mismo haber recibido estos mismos impactos en momentos de equilibrio inestable, las crisis de la infancia o de la adolescencia.

Son de interés los libros y los cursillos para ponernos al día²; pero no podemos olvidar el factor experiencial, decisivo a la hora de enjuiciar los impactos educativos.

A) EL PROBLEMA DE LA INFORMACION.

1. Planteamiento.

Puede mirarse como axioma que para hacer evolucionar a un grupo (desde el pequeño grupo informal de amigos hasta la Iglesia de Dios) el paso clave está en cambiar sus criterios de valor.

Ahora bien, esto se logra de modo privilegiado a través de las técnicas de acción sociológica³, pero con el instrumento máximo de los medios de información (en sentido amplio y unos más que otros). Algunos buscan la vía rápida por el cambio de estructuras y esto suele ser poco efectivo (un ejemplo podría constituirlo la dificultad de renovación postconciliar cuando se piensa en ésta sobre todo a base de Decretos); lo que hay que cambiar son las «actitudes» y esto se realiza normalmente y con efectividad sobre todo a través de la información que toca a los criterios.

2. Doy por conocido el libro de orientación práctica: *Los medios audiovisuales en la catequesis*. Ediciones San Pío X, Salamanca, 1964. Allí se ofrece bibliografía relativamente abundante sobre el conjunto de estos medios y en particular sobre cada uno de los más interesantes, así como citas importantes del Decreto «Inter mirifica» y de la encíclica «Miranda prorsus», de Pío XII; podría añadirse hoy el mensaje de Pablo VI ante la III Jornada Mundial de los Medios de Comunicación Social.

Una obra de orientación general: Viktor SCHURR, *Pastoral de los tiempos nuevos*, Ediciones Paulinas, Madrid, 1962, pp. 294-465: Pastoral y técnicas de difusión.

Una idea sobre la forma moderna de presentar estos temas, en «Fêtes et Saisons», edit. spéciale, n. 232, Febrero, 1969: *La Presse, la Radio, le Cinéma, la TV*.

3. Cf. *Acción pastoral y técnicas de acción*, «Apuntes» 3 (1968) 201-215, n. 13.

Podría esquematizarse el proceso corriente de una de estas acciones más generales, así:

- Las técnicas de discusión hacen tambalearse unos juicios y reestructurarse otros.
- Las «actividades» (grupos, ambientes...), actúan como caja de resonancia favoreciendo o dificultando.

De ahí el recurso corriente de crear «ambiente» antes de difundir ideas.

- En cada colectividad se instalan o nacen los puntos radiantes (conductores, líderes de algún modo) que cristalizan, dan cuerpo a las fuerzas difusas, concretan las respuestas, y dan expresión a los criterios nacientes o en evolución.

2. Algunos corolarios.

Es verdad que el ambiente creado o reinante favorece la asimilación de ciertas ideas; pero también es verdad que, al aceptar cierto tipo de ideas, uno se orienta espontáneamente hacia aquellos grupos en que podrá madurarlas.

Toda la predicación (profetismo) se basa en esta ley universal; es lógico que el «convertido» acuda a la «iglesia»: una de las señales de no conversión honda es el no acudir a la Asamblea (podría evocarse la queja de Ignacio de Antioquía en sus Cartas).

Pero desde ahora hay que señalar la tentación grave en la «predicación» de deslizarse hacia la «propaganda», por tendencia a lograr los objetivos «despersonalizando», por presiones excesivas, chantajes; cuando toda obra de sentido pastoral ha de apuntar a mayor madurez, personalizando, no alienando.

Esta indicación sirve para detectar cantidad de formas dudosas de pastoral que, en su apariencia de logros técnicos, son procedimientos cristianamente inadmisibles: larga historia de evangelización a lo largo de los siglos y aún quizá hoy en la catequesis, en la práctica religiosa...

Los medios de comunicación, al ritmo de hoy, son en parte responsables de lo que podríamos llamar «inflación cultural» a nivel individual; es tal el alud de información sugestiva que

cae sobre adolescentes, jóvenes, adultos, que se convierten éstos en individuos que conciben algo desproporcionado, algo que se les «indigesta».

Se originan así toda clase de «crisis mentales», de desorientación ideológica, con el correspondiente flotamiento en las conductas.

Por esto la catequesis, como núcleo de cristalización y ordenación mental, es un servicio infinito a la humanidad y a la juventud; con ello se reivindica desde un ángulo de actualidad el papel SALVADOR de Cristo, por su Evangelio, para el hombre de hoy.

De ahí la sorpresa ante un catequista que creyera «haber cumplido» porque los chicos saben recitar un número determinado de fórmulas bien aprendidas... Cuando de lo que se trata es de ayudar a amanecer a un mundo ideológico adulto equilibrado, luminoso.

Existe una como obligación catequística de re-información cristiana. Así como las agencias de prensa toman, filtran, dirigen las noticias y las sirven a su antojo (según su credo político, religioso...) y porque la doctrina vestida de noticia produce un impacto mucho más seguro que la doctrina vestida de «sermón»⁴, tendríamos que caer en la cuenta de la importancia de un «espacio catequístico» dedicado al comentario de la «información», la que les llega por la radio, el cine, la TV, la prensa, el canto...

La «catequesis» o la «anticatequesis» que supone la forma polarizada de servir la noticia es tan tremendamente fuerte que el catequista debe pesar su responsabilidad si no se impone la obligación de re-leer las noticias desde un ángulo cristiano y re-servirlas a los suyos en este espíritu.

4. Cf. *Ibid.*, p. 214; y «Apuntes» 2 (1967) *Orientaciones catequísticas para la catequesis Moral*, pp. 327-328.

B) PROPAGANDA.

1. *Visión general.*

Los cuatro puntos cardinales por los que parece regirse la dinámica de la propaganda (difusión de información con finalidad «interesada»; puede variar sin límites la «finalidad»: política, religiosa, comercial, higiénica...; y el sentido de «interesada»), podrían esquematizarse así: un «mito», un «grito», un «signo», una «persona»; cada uno de los elementos actúa en dependencia de los otros, reforzando, matizando, frenando... la acción de los demás.

Para captar mejor el sentido dado a cada término puede analizarse en un anuncio publicitario:

— *El mito*: la necesidad, del mismo, potenciado hasta el punto óptimo reclamado por la situación del posible comprador. Entonces el producto adquiere una situación ideal, como solución soñada al problema particular: el producto «X» es probablemente la solución.

— *El grito*: que podría llamarse «slogan», consigna...; viene a ser la condensación verbal del contenido anímico confuso que se está originando en el comprador. Dicho contenido naciente podría orientarse en múltiples sentidos; se trata de no dejarlo derivar y de abrirle camino fácil, cosa que el comprador futuro agradece inconscientemente en cuanto le facilita una operación de síntesis en el momento mismo de empezar a sentir su necesidad.

El «grito» podrá ir acompañado de música, ser verbal o escrito, etc.

— *El signo*: es como el símbolo que situará en un nivel primitivo el juicio de valor condensado en el «grito», facilitará enormemente su evocación, al no requerir para nada la formulación conceptual; la presión del «mito» se situará, gracias al «signo», a nivel subconsciente con menor control de las censuras reflexivas.

— *La persona*: representa otro nivel de eficacia; se trata de personalizar todo el conjunto de medios de influencia, concep-

tuales o abstractos acumulados hasta aquí, pasar su dinamismo a una persona que los encarne, para que la fuerza del «mito» se integre en el doble mundo de presión interior, conceptual y personal, abstracto, concreto..., del posible comprador.

La ventaja de esta formulación esquematizada está en el campo enorme de observación que nos brindan los medios modernos de difusión: cine con «spots» en los intermedios, la TV... con los importantes espacios dedicados a ello; las revistas y periódicos; aún la radio, que ha de reemplazar la fuerza de lo gráfico con alusiones al mismo tema, apoyadas en la TV, o con evocaciones muy «visualizadas» de los temas.

2. Aplicaciones.

Las aplicaciones de este ejemplo derivado directamente del mundo de la publicidad a campos en apariencia muy distintos, los insinuaré tan sólo: de momento, podríamos todavía añadir algunos principios más que rigen la acción publicitaria y que nos inducirán a aplicarlos a intereses más «espirituales». Señalaré tres:

a) Del pequeño contenido al gran contenido.

Sería como una ampliación de la dinámica psicológica que rige lo dicho sobre relación «grito-mito»; la «doctrina», la larga «teoría», para poder manejarse, sobre todo con fines propagandísticos, necesita resumirse, como el contenido de un libro se condensa en su título y, a otro nivel, en su índice de materias; como una persona se «condensa» en su nombre. Se origina un juego de influencias entre estos niveles distintos de condensación de la idea; el «slogan», el contenido breve, ayuda al «mito» a durar, es como el punto de enganche para la memorización del tema, el lugar por donde lo sujetamos; pero, al mismo tiempo el contenido, aporta sentido y riqueza latente, como una aureola que hace estimable el «grito», que nos hace intuir que en él hay mucho más de lo que aparece en su breve formulación.

b) El secreto del regalo-propaganda.

Lo vemos usar con frecuencia, pero no sospechamos la fuerza de su efectividad; el que lo adquiere pasa a ser propietario; la cosa, su título, sus frases, la casa que lo produce, pasan a ser algo «propio»; cada vez que se oiga hablar de ellos (el pro-

ducto mismo o productos vecinos, de la casa o de la firma), se escuchará con mayor atención o simpatía: es algo en cierto modo «nuestro»; así, la pérdida que para la casa fue el regalo concreto se convierte en reclamo para múltiples compras. El obsequio se hace cabeza de puente que abre a la acción de los demás anuncios, como una quinta columna que apoya, en el terreno del posible comprador, la acción propagandística de la casa.

c) Los caminos indirectos.

Lo que llamamos «los programas patrocinados»; la retransmisión de una carrera ciclista es patrocinada por Filomátic; una serie de programas sobre música moderna, por Gallina Blanca... Se tratará de asociar algo, que alcanzará muchas veces al cliente, que le resulta agradable, que casi agradece, que volverá a ver y oír muchas veces, con el tema que se ha evocado y que ahora cobra otra dimensión.

Decir que uno compra Filomátic porque es aficionado al ciclismo o que consume Gallina Blanca porque una es joven y le gusta la música moderna, parece ridículo. Sin embargo ambos extremos han quedado relacionados por el camino indirecto del programa patrocinado, uno de tantos medios de relacionar con eficiencia términos dispares, de tal modo que el interés por uno desencadene el interés por el otro.

Cierto «agradecimiento», planteado a nivel inconsciente, crea una tensión débil pero real de «culpabilidad» que se libera con la acción de la compra del producto determinado: se restablece un equilibrio puesto en situación inestable.

3. ¿...Y la evangelización?

Hoy la acción de la propaganda está servida por las últimas técnicas de la «investigación operacional» a la que se destinan cantidades fabulosas en los países económicamente fuertes: se sabe el número de los posibles clientes, su distribución, sus principales características (edad, sexo, estado, número de hijos, aficiones...); los temas de mayor interés para ellos; qué posibilidades hay de qué beneficio a qué plazo...

Nadie se atreve hoy a iniciar una acción a ciegas; se utiliza-

rán los medios de que se disponga pero nunca se echarán al azar las posibilidades.

Por esto es más lamentable que, a la hora de la «evangelización», (que si no ha de confundirse con la propaganda tiene muchas de sus características fundamentales: noticia, interés, medios de comunicar, reacción, «compromiso»...), se desenvuelva todo con métodos aproximativos, con dispersión de esfuerzos, sin control de resultados, sin preocupación seria por el fracaso.

Resulta así la acción evangelizadora, en un mundo exigente a la hora de la eficacia y de la organización inteligente, un antitestimonio porque muestra cómo unos individuos de apariencia adulta, malgastan vida, talentos y medios en una «empresa de publicidad-propaganda» de la que no pueden esperar científicamente ningún resultado concreto.

Podría decirse que nunca, en la Historia, por tan poca cosa (ciertos productos sometidos a publicidad) se habían gastado tantos capitales y medios, cuando por la cosa más excelente (el anuncio cristiano) se organiza tan mal la «propaganda».

II.—LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL PROPIAMENTE DICHOS

La extensión de un tema de máxima actualidad, en evolución rapidísima, me obliga a ceñirme a un esquema necesariamente incompleto; la bibliografía subsanará de algún modo esta deficiencia.

Me limito a los medios siguientes: A) La prensa; B) Los predominantemente auditivos: desde la «voz» hasta sus medios auxiliares más llamativos: radio y magnetófono; C) Los predominantemente visuales: cine y TV, medios de imagen móvil, dejando la fotografía, el grabado, el cuadro, y su explotación en diapositivas, filminas, episcopio...

A) LA PRENSA.

1. *Intencionalidad.*

Hay quien defiende la opinión de que la prensa «informativa» debiera tan sólo esto: informar, objetivamente, «asépticamente»; creo, sin embargo, que una prensa puede ser objetiva sin ser totalmente «aséptica», en el sentido que la subjetividad del informador no matice (contamine) en nada la noticia.

Entre la tentación de utilizar la gran ley de «indefensión» ante la doctrina disfrazada de noticia ...y la sinceridad del informador que no se oculta detrás de su información, o el deseo de la mayor parte del público que pide, además de la noticia, su interpretación... es prácticamente imposible que se dé la noticia puramente objetiva; y esto no siempre ni habitualmente puede mirarse como inmoral. De ser dogma la asepsia total, bastaría con entregar los datos a la máquina, la cual nos los serviría en grandes colecciones perfectas; bastaría con un solo periódico y no valdría la pena una vocación de periodista. Por esto la clave, como se insistirá, no está en la máquina ni en una objetividad fría, sino en la formación del lector para traducir, para llegar a comunicar-comulgar-dialogar con el periodista; y en exigir del periodista una ética de base.

Nada puede ser «aséptico», ni los más vulgares manuales que se sirven en las clases de Geografía... ¿Cómo podrán serlo las informaciones palpitantes, recientemente vistas por ojos comprometidos, y oídas por personas interesadas, anhelantes de servir las noticias a su público, en un tiempo récord.

2. *Moralidad.*

Supongamos el caso de un periódico de gran formato: en primera página, una constelación de datos: títulos, rayas, colores, fotografías...; intentamos ordenar todo aquello para ver si se esboza un principio de síntesis, una idea general... y no lo conseguimos. Entonces empezamos a pensar si el desorden era intencionado; para ello, analizamos varios números del periódico en fechas sucesivas; se repite el fenómeno... pero vemos aparecer una constante en las dos o tres cosas que en esta pri-

mera página nos causaron un impacto y quedaron prácticamente únicas en la memoria... Se acentúa la convicción si comparamos con otro periódico en el cual no aparece de ningún modo esta misma intencionalidad sino otra; nos damos cuenta de que hemos sido objeto de una técnica; vemos también que, para defendernos de ella hemos tenido que hacer un gran esfuerzo que ni el 99% del público suele realizar.

Vemos que hay una forma de inmoralidad en la prensa, que es la falta de veracidad, falta de caridad, abuso de poder, atentado contra la cultura... y otros «delitos» según el contenido de lo que se inculca o el sentido y consecuencias del engaño o deformación que se fomenta.

Vemos cómo realiza esto cierta prensa extranjera con relación a nosotros, y nos duele; pero quizá no vemos el mal dentro de nosotros mismos; hemos de tener criterios personales sobre la censura, los diferentes medios más o menos confesados de control... Según como se apliquen, son la condenación de un pueblo al infantilismo y, para remediar males relativos próximos, se aboca infaliblemente a catástrofes irremediables: el pueblo queda frenado en su maduración (cultural, económica, política); queda atomizado, incapaz de lograr una comunión a nivel de temas profundos...

Tremenda exigencia moral para el periodista y para quienes rigen, ahogan, estimulan u orientan la labor de la Prensa.

3. Algunas orientaciones.

Saber utilizar la prensa:

a) Hay que partir con una mínima actitud positiva; a pesar de sus limitaciones, la prensa es un instrumento de gran valor cultural; lo entenderíamos mejor si nos detuviéramos algún día para contar y medir la cantidad de datos que se nos ofrecen cada día... a precio mínimo, de máxima actualidad.

b) Se necesita personalidad suficiente para juzgar, analizar; alguna vez debiéramos ejercitar cierto espíritu de investigador (detective), para buscar aquello que pasa habitualmente desapercibido pero lleva fuertes posibilidades de información: bolsa, exportación-importación... y deducir corolarios.

c) Saber seleccionar los temas de interés; los de interés ge-

neral, nacional, internacional, religioso y aquellos que de modo especial nos interesan a cada uno, ayudándonos con los sistemas de clasificación propios de cada periódico.

e) Leer imponiéndonos a veces un ritmo más sereno; no tragar apenas algunas palabras o trozos de frase.

f) ¿Sabríamos educar a otros, a nuestros catequizandos, en la lectura del periódico? Hemos de estar primero educados nosotros.

g) Espíritu cristiano: cabe también en el modo de asomarnos a la prensa. ¿Hemos imaginado cómo «leerían» hoy el periódico Jesús, Pablo...? No es pregunta piadosa o insulsa, sino test de mentalidad cristiana profunda.

B) LOS MEDIOS PREDOMINANTEMENTE AUDITIVOS.

1. *La voz humana como primer "medio auxiliar" auditivo.*

Podrá discutirse el hecho de colocar el prodigio de la voz articulada y significativa entre los medios auxiliares auditivos propiamente dichos; yo así lo hago pues, aunque la unión con el sujeto se sitúa a nivel tan hondo que casi se confunde con él mismo, los matices, mejoras, utilizaciones, son tan variados que no resisto a mirarlo aquí como instrumento.

Pero también el campo es tan extenso que se hace necesario acotarlo; me limito a los puntos siguientes: a) La palabra del apóstol; b) El vocabulario de base; c) Las técnicas y la palabra; d) Música y palabra.

a) La palabra del apóstol.

Sin querer jugar a «místicos», podríamos mirar la catequesis como una obra audiovisual de encarnación en la que una criatura llamada «catequista», por obra del Espíritu Santo, intenta repetir la aventura de dar «imagen y sonido» a Dios, una imagen y sonido al alcance de un público concreto.

Bajo este ángulo el Verbo, la Palabra de Dios, se nos aparecería como el medio «audiovisual» por excelencia, prácticamente el único «medio» (Pontífice) ofrecido por Dios como culminación de toda su catequesis de siglos:

«Luego de haber hablado repetidas veces y con varias clases de medios (audiovisuales) a nuestros padres por los profetas, Dios, en estos últimos tiempos nos ha hablado por su Hijo, heredero de todas las cosas, por quien hizo el mundo, Luminosidad resplandeciente de su gloria e Imagen sustancial suya» (Heb 1, 1-3).

Esta es parte de la enorme responsabilidad y grandeza de la misión de un verdadero catequista... Por más que diga: «Yo no soy el Mesías», los catequizandos ven a Cristo de modo privilegiado a través de él: la Palabra de Cristo es él, todo él, con su voz, su gesto, su actitud, su diálogo, su historia... y, además, sus palabras sonoras, porque todo él es PALABRA.

Es como una condensación de Iglesia, llamada a ser el signo privilegiado de Cristo, y hecha al mismo tiempo anti-signo cuando oculta al VERBO... Ni la Iglesia ni su catequista pueden mitigar el peso de esta tremenda realidad y urgencia.

Podríamos hablar de su «palabra propiamente dicha»; pero me detendré tan sólo en dos aspectos: el vocabulario de base y las técnicas de su lenguaje.

b) Vocabulario de base.

Es decir, aquellas palabras-clave con que se está quedando el chico, las mínimas que habrán de servir de soporte y auxiliar al ejercicio adulto de la fe.

Estas «palabras» son el mayor descubrimiento del ser «sapiens» verdaderamente evolucionado: son su mejor «juguete», que los catequistas abandonamos quizá para los aficionados a los crucigramas; son el mejor instrumento, el más sabroso alimento: el más luminoso de los visuales, porque dan luz por dentro; es una luz que siempre puede ser reencendida y cuya luminosidad crece con el tiempo.

Pero también aquí hay muchos tipos de luz, con brillo y calor muy distintos; a veces abunda la paja fugaz o echamos en la fogata de la catequesis cualquier madera, en vez de iniciar a los catequizandos en «la conquista del fuego»; no podemos olvidar que los chicos, por lo pequeños (y, en lo religioso, ¡cuántos «mayores» son «pequeños»!) han de empezar por los descubrimientos primordiales: hemos de transmitirles las conquistas de la

«civilización», y la primera es el «fuego», la luz de las palabras.

Más que «medios auditivos» las palabras son vida, una sangre común que nos une en un parentesco espiritual y fuerte; son como el pan de la comunión por el cual nos hacemos miembros de una misma familia.

Por todo esto, si el catequista es a la vez profesor, alcanza una doble paternidad espiritual a través del medio fundamental del «vocabulario de base» que quedará constituido en el núcleo del empleo de todos los medios... como sabe hacer de modo portentoso la propaganda⁵.

c) Técnicas en el lenguaje del catequista.

Fue el medio privilegiado elegido por el Hijo de Dios; por cierta analogía con la materia y la forma precisa de los sacramentos, así el hecho de que éste fuese el medio concreto utilizado por Jesús debiera convertirlo para nosotros en algo sagrado con la obligación de explotarlo al máximo («Ningún hombre habló jamás como este hombre» (Jn 7, 46).

Por el mismo caminaron los Apóstoles: («Se extrañaban porque sabían que eran hombres sin letras», Act. 4, 13).

Mirando de imitar a Jesús aun en los recursos ideológicos, las parábolas, y procurando verter en este lenguaje simbólico, pedagógico, pero con imágenes-base de nuestra época, los conceptos que van elaborando la teología pastoral y la teología bíblica.

Este cuidado de la voz y de la palabra, potenciados cuanto nos sea posible, adquiere entonces una motivación casi-sacramental, y al mismo tiempo utilizamos un recurso sicosociológico importante: el apoyo en lo concreto, el dar la doctrina vertida en hechos volviendo en realidad al gran recurso empleado por Dios en la *Historia de la salvación*.

Como Cristo, como la más moderna prensa, «endoctrinamos con acontecimientos».

La justificación de nuestra «modernidad» se funda así también en Cristo. Tenemos la ventaja de que el pluralismo cada vez más necesario en el público cesa de ser obstáculo capital; porque el hecho vale para todos, pero todos lo interpretan según

5. *Enseigne-t-on l'art d'écouter*, «Orientations» 7 (1968) 45-56.

sus claves por las pistas abiertas inicialmente por el catequista.

Este cariño por la voz-palabra, como medi ode base, ha de llevarnos hasta el estudio más concreto de las técnicas de expresión, fonación, articulación... porque así como no permitimos que el signo litúrgico quede desvirtuado por un marco y unos instrumentos inadecuados, mucho menos podemos tolerar que la Palabra se apague por un ritmo, una sonoridad, una gesticulación, un tono que anulen su fuerza: nada es pequeño si ha de servir al fin de la Palabra.

Estas cualidades «materiales», sin embargo, logran su máximo fin cuando sirven a una serie de cualidades espirituales-naturales mucho más importantes: la serenidad, la paz, el dominio, el control... logrados por el catequista.

Ha de poder presentarse como dueño de su técnica manejando con soltura, con ciencia (arte) el instrumento de su voz. Exigimos que se domine la técnica del manejo de un coche y poco parece preocuparnos el modo irracional como manejamos nuestra lengua.

Nos aseguramos de la calidad del tocadiscos o del magnetófono, ponderamos la estereofonía y mostramos un descuido lamentable en el uso de nuestra propia voz.

2. *Canto y música.*

No se intenta un estudio sicopedagógico de la música o del canto en general; ni tampoco una presentación de la música popular ni de la que se utilizaba o estaba de moda hace 20 o 10 años; interesa una reflexión, en el espacio que admite la presentación de conjunto de varios medios de comunicación, de la canción actual, la de hoy, la que en lo profano o lo religioso tiene que ver con la obra de la educación cristiana.

Este es el criterio de limitación que he procurado seguir.

3. *La acción del medio sonoro.*

Cada «sentido» es una puerta y un camino peculiares abiertos al conocimiento; el modo y las posibilidades que ofrece a la maduración intelectual no los pueden ofrecer otros sentidos; sería, pues, equivocado mirar las posibilidades de lo puramente

sonoro como algo inferior a lo visual; ni tampoco podría decirse que unido a lo visual tiene más posibilidades, sino que, en sí mismo, es un instrumento original de acceder al conocimiento.

De ahí se derivan algunas aplicaciones importantes para la pedagogía de la fe que se irán señalando luego. Pero, ya desde ahora, podrían enumerarse otras ventajas:

— La relativa facilidad (comparado con los visuales) de adquisición (precio) y de uso (tamaño: magnetófono-cassette, transistores, tocadiscos de tamaño reducido...)⁶.

— El «grupo» indispensable (inevitable) como «caja de resonancia», es decir, que se tiende a completar el impacto recibido, comentándolo o estudiándolo a nivel de grupo, con lo cual se multiplica su efecto.

— La ventaja del ritmo y de la música que constituyen como cabezas de puente para la implantación de ideas. Se impone la moda y, gracias a ella, se canta y se ambienta: a través del ritmo, baile, ambiente en las salas; en este punto muerto de las defensas psicológicas, pasan ideas con mayor facilidad y quedan de algún modo actuando desde el subconsciente (método perfectamente empleado por la propaganda comercial).

— Permite un modo amplísimo de comunión: podrá no coincidir en casi nada (rusos, españoles, alemanes, americanos, franceses...) pero todos cantan los mismos ritmos y hay un mínimo de coincidencia que siempre alienta un esbozo de simpatía desde el cual es posible por lo menos un inicio de diálogo.

— El sicólogo podrá ir más lejos y estudiar a la sociedad, analítica y sintéticamente, a través de sus cantos, de sus ritmos de éxito, de la evolución de letras (protesta, amor...) y de los ritmos (gestos, violencia, modos de traducción al baile...).

4. *Aplicaciones catequísticas.*

a) El chico.

Hemos de comprender que cada generación tiene su música del mismo modo que cada nación tiene su lengua; hay una zona de tolerancia; pero es fallo pastoral exigir un lenguaje a con-

6. *Radio-Télévision*, «Science et Vie», n. 65. hors série, 1963.

trapelo del propio, y esto señala al mismo tiempo el camino por el que irá moviéndose la catequesis litúrgica; porque lo importante no es la música nueva, sino una música viva en capacidad de adaptación continúa, en servicio de la Palabra de Dios.

Además de lo litúrgico, el canto, en manos de un buen catequista, tiene todas las ventajas que reconocemos al canto «explosivo» actual: crea un ambiente de amistad, una comunión afectiva, permite la integración de ideas a nivel afectivo hondo; da a lo religioso «visado» para circular con holgura por el mundo de hoy⁷.

Podría pensarse en ejemplos sorprendentes de «predicación» a escala mundial realizada por chicos y chicas que tienen muy poco de la estampa tradicional del «predicador» y cuyo impacto llega profundamente a los jóvenes.

b) El catequista.

En algunas catequesis ya es de uso corriente partir de documentos sonoros: encuestas y lecturas grabadas en magnetófono, fondos sonoros con discos... Pero cada día, por simple lógica de servicio inteligente y eficiente a la Palabra de Dios, se irá más lejos: así como no se admite que se improvise o semi-improvise una emisión radiofónica, una clase dada por radio, así extrañará la tranquilidad con que el catequista da temas difíciles con escasa preparación material, y también el despilfarro de tiempo, la acumulación desproporcionada de esfuerzos sacados en momentos inverosímiles para preparar pobremente temas complejos.

Se llegará sin duda a la clase preparada de antemano, ya sólo, ya en equipo de colegas o con los mismos alumnos, o en parte por los alumnos divididos en equipos, con utilización de técnicas sonoras, lectura cuidada, borrada, exigente, de documentos originales... Se procurará que la misma «lección» la utilicen varios grupos, que la puedan oír varias veces, grabarla

7. Recomendaría el conocimiento de la producción de los hermanos ARAGÜES, en la colección «Cantemos al Señor», Ediciones San Pío X, especialmente los últimos discos, como ejemplo de integración de extremos que muy pocas veces se hallan juntos: calidad musical, valores juveniles-modernos, profundidad poética y alcance religioso.

en sus magnetófonos para llevarla y discutirla fuera, por grupos de estudio o en sus casas.

En este caso, el esfuerzo de preparación será mayor y menor: mayor por más exigente; menor por la colaboración, el interés suscitado, el rendimiento sacado de lo hecho: difusión, repetición, arreglo, duración, archivo, préstamo...

Nadie se extraña de oír dos veces y más una obra maestra de la música o de la canción. ¿Por qué debería sorprendernos que desearan oír un texto que puede acercarse a una obra de arte? Y no por ello se anularía el contacto con el catequista pues hay otras formas muy personalizadas de completar la «lección».

Quizá también comprenderemos cada día mejor que en la catequesis futura desempeñará un papel importante la radio, en circuito cerrado o abierto, con la preparación trabajada a la que hemos aludido, pero con las ventajas de respeto a la libertad personal y a la intimidad con que podrá ser oída.

Pero esto supone un estudio catequístico mucho más serio de las posibilidades y de la pedagogía de este instrumento al que el transistor cada vez más perfeccionado abre perspectivas interesantes⁸.

C) MEDIOS PREDOMINANTEMENTE «VISUALES».

1. Anotaciones previas.

Me limito a cine y TV; dejo, por consiguiente, temas tan importantes como la imagen fija: cámara fotográfica⁹, proyector, episcopio; algo podrá suplirse esta omisión con el libro de base

8. Sobre este tema de música y canción es importante no perder el contacto con lo que se presenta en las revistas corrientes.

Además, y de interés vario y general, puede señalarse:

En el libro citado: *Los medios audiovisuales en la catequesis*, las pp. 94-96. *Radio-Disque-Chanson (Massmédia)*, n. 2, Edit. Bloud et Gay, Paris, 1966.

Simonne et Jacques CHARPENTEAU, *Panorama de la musique contemporaine*. Les Editions Ouvrières, 1960.

Sobre el tema de «los jóvenes y la música», en la revista «Orientations» 3 (1964) 31-47; o también en la revista «Catechistes» 17 (1966) 353-372, *Aspects du bonheur des "teen-agers" dans la publicité et la chanson*.

Y. CLOITRE, *Jonny Holliday: los ídolos y los jóvenes*. Edic. Studium, Madrid, 1965.

En plan técnico: *La Musique*, «Science et Vie», n. 58, hors série, 1962.

al que me he referido ya: «Los medios audiovisuales en la catequesis», y con la bibliografía que se añade; en ella se encontrarán referencias importantes, desde el punto de vista catequístico, a la imagen en sí misma, en destacadas revistas¹⁰.

El detenernos sobre todo en el cine y la TV podría servir como de advertencia frente al retraso con que solemos llegar a estos medios modernos de comunicación¹¹; durante años hemos limitado nuestro uso a las láminas y al proyector de vistas fijas, cuando ya el cine y la TV eran cosa corriente y algunos de nuestros alumnos empiezan a manejar con naturalidad la cámara tomavistas y montan por su cuenta reportajes de cierta categoría...

Por lo menos habría que insistir en que si por múltiples causas no podemos utilizar todavía con facilidad estos medios no hemos de añadir dificultades a la labor catequística tolerando imágenes que, por su fealdad, su anacronismo, su mal gusto los fallos en el mensaje doctrinal que emana de ellas, son un verdadero obstáculo a la obra de catequesis... No todos los iconoclastas son herejes; los puede haber ortodoxos que prestan un gran servicio a la catequesis¹².

Tampoco me refiero al dibujo a pesar de la importancia que toda pedagogía sabe concederle hoy.

Ni me referiré a otras técnicas de predominancia «gráfica-expresiva» como el baile o el gesto, la escenificación, o el teatro.

Los libros que voy señalando podrán colmar el importante vacío impuesto por la limitación de espacio y la producción continua sobre estos temas hoy.

9. Para apreciar la complejidad, riqueza y rapidez de la evolución técnica, el refinamiento y la exigencia de perfección en estos medios, podría verse:

«Science et Vie», números especiales: n. 57, *Photo et cinéma amateur* (1961); n. 66, *Photo-ciné* (1964); n. 75, *Photo-ciné* (1966); n. 80, *Photo-ciné*, 1968.

10. *L'image et le mystère*, «Catéchèse» 5 (1965): todo el n. 18, p. 5 ss. *L'image: parole pour les yeux*, «Catéchistes», todo el n. 61, 1965.

11. *L'homme et l'image: Le cinéma et la TV*, Ed. Bloud et Gay, Paris, 1966. J. CAZENEUVE, *Sociologie de la Radio-TV*, Edic. Argentinas, Madrid, 1967.

12. *La collaboration et les problèmes audiovisuels*, «Orientations» 6 (1967) 7-9. Temas audiovisuales: «Pedagogie» 23 (1968), n. 5.

12. *Hacia una mejor catequesis sobre Dios Padre*, «Apuntes» 4 (1969) 3-4.

2. Cine¹³.

a) Actitud nuestra.

La primera exigencia para poder utilizar catequísticamente el instrumento fabuloso que es el cine, consiste en acercarse a él con simpatía; se cumple una ley psicológica: «La antipatía cierra los oídos... y los ojos; la simpatía los abre».

Además del mensaje intentado por el director y los valores de todo orden podríamos señalar tres lecciones importantes para nosotros.

— El modo de narrar; el lejano escritor bíblico del A. T. supo dar con un lenguaje «cinematográfico» mientras nosotros, imbuidos de cine, conseguimos hablar en términos abstractos... a chicos; aprender a re-vivificar una película constituiría un ejercicio interesante para muchos catequistas, completado con un poco más de cine con la intención pedagógica de aprender a «expresarse».

— Otra lección importante sería palpar el enorme trabajo y tiempo que exige una cosa que luego parece tan fácil de representar; nuestras «lecciones» valen poco porque nos cuestan muy poco; deberíamos aprender eficacia; y esto constituye una lección impresionante si uno tiene ocasión de comprobar en un estudio lo difícil que es ser sencillamente interesante.

— Podríamos todavía descubrir la increíble «elasticidad del tiempo», cuando se sabe «programar»; el enorme precio de la filmación obliga a una economía radical de tiempo; si alguna vez, a lo largo de una proyección, nos molestamos en mirar el reloj, nos sorprenderemos de la cantidad de imágenes y datos que caben en tres minutos; en ciertas sesiones de catequesis, después de media hora, el público se pregunta si hemos dicho algo.

13. *La culture cinématographique et l'enseignement*, «Cahiers Pédagogiques» 16 (1960-61) n. 26.

Cine (y fotografía) en clase, «Orientations» 4 (1965) 26-50.

José María PEREZ LOZANO, *Formación cinematográfica*, Edit. Juan Flors, Barcelona, 1962.

Carlos María STAEHLIN, *Teoría del cine*, Edit. Razón y Fe, Madrid, 1966.

Cine y Pedagogía, «Revista Española de Pedagogía» 9 (1951) 165-366, todo el número.

E. LUDMANN, *Cine, Fe y Moral*, Edic. Rialp, Madrid, 1962.

AGEL-AYFRE, *Cine y personalidad*, Edic. Rialp, Madrid, 1963.

Estas indicaciones favorecerán una actitud «positiva». La actitud «negativa» nos conduce a tristes resultados: como los de algunos que hacen consistir el cinefórum tan sólo en desmitificar «trucos», matando así toda poesía y arando con nuestra lógica las flores y la hierba.

El cine no intenta «engañar», pero tiene su lenguaje que toda persona algo preparada conoce; y uno, al leer, no tiene por qué pararse a descubrir con qué clase de pintura se ha tapado el yeso antiguo.

Además, el cine nos brinda posibilidades inalcanzables, para nuestro modo corriente de ver: maravillas del teleobjetivo, de la iluminación, del movimiento de la cámara, de los montajes, etcétera, en una línea de progreso estético que jamás la naturaleza dejada a sus propios recursos hubiera podido ofrecernos.

Hemos de reconocer los fallos; pero también hemos de acercarnos con simpatía a este maravilloso instrumento... y con acción de gracias, con espíritu de servidor apóstol y de hombre de hoy.

b) El público.

Pensando en este artículo, quise dedicar unos días para sondear empíricamente el ambiente y el público del cine; expongo algunas impresiones de aquella experiencia.

Es verdad que el cine puede procurar un empacho de imágenes hasta resultar elemento patógeno; dos películas distintas más los reportajes: 4 horas y, al ser sesión continua, estarse bien en la sala y ser increíblemente barato, se puede llegar a más tiempo; no hay duda de que existe este peligro de embrutecimiento intelectual, sobre todo en quienes no disponen de otras formas de «evasión» (salida al campo, bares...); es tentación muy fuerte para quienes viven en situaciones crueles sin esperanza; vi a gente de toda edad en posible situación semejante... y esto sin hablar de las películas que coinciden a veces en un mismo programa.

El empacho es grave; pero más grave la atrofia del espíritu crítico, del margen suficiente para discurrir sobre lo visto, para tomar un mínimo de distancia. Se produce una especie de hidropesía de la imagen: necesidad de ver sin continencia posible, sin

quedar nunca saciado, pero necesitando del baño de imágenes como de una droga.

Otros casos curiosos los presencié en una sesión infantil: «El ataque viene del espacio» (estupenda película de anticipación); «Superman contra la Banda Negra» (tremendo timo en blanco y negro). El griterío, la sala inmensa, el ambiente, la salida...: los educadores tendrían que meterse de vez en cuando en una de estas sesiones de barrio para lograr una visión más completa del marco en el que se desenvuelven sus chicos.

Debe reconocerse que hay salas tan malas como se dice, pero no hay que generalizar sin datos; porque hay salas estupendas... aún en barriadas, cómodas, climatizadas, hasta elegantes.

Y el ambiente entre los espectadores tampoco ha de considerarse con la literatura negra que suele circular; hay públicos de conductas ambiguas, es verdad; pero ocurre esto en salas cuya reputación es conocida en círculos más o menos cerrados: en lo que respecta al ambiente, muchas veces se encuentra lo que se busca.

c) La complejidad del «mensaje».

¿Quién podrá saber nunca el juego de fuerzas ideológico-afectivas a que se hallan sometidos nuestros hermanos de toda edad y cultura? En pocos días pude ver temas tan contradictorios como:

«La jauría humana», calificada 4 y maravillosa de fuerza humana de sentido del deber (analizo sólo la conducta); «Cantando bajo la lluvia», todo humor y embriaguez de color, de música, de ritmo de vida; otras sádicas, o de fuerte problema psicológico-matrimonial: «Quién teme a Virginia Wolf»; también: «La mitad de seis peniques», maravilla de música, ballet, humor, color, optimismo, etc.

Podría señalarse también el efecto del insospechado racismo ario, mucho más efectivo que el practicado por ciertos nazis; el tipo único para el «bueno»; el tipo también único o generalizado (latino, latinoamericano, indio...) para «el malo».

Con mucha más fuerza que todo lo que intenta la Iglesia se canoniza o se ridiculiza en el cine, se trabaja sobre los criterios en profundidad y así se cambia a los individuos y a las sociedades.

Sólo puede pensarse, desde nuestro ángulo, en un recurso clave; y es el fórum, la explotación-digestión de las películas, o de algunas más significativas, y el entreno para practicarlo luego independientemente.

d) El cine-club.

En «APUNTES» 2 (1967) 227-229 «¿Cabe una aplicación más directamente catequística del cine-fórum?», expuse el resultado de una experiencia concreta en que intentamos, con chicos mayores, mostrar cómo toda película puede permitir una utilización para cierta labor de sentido catequístico; no quisimos escamotear la verdad ni la intención de la película, sino, desde nuestro ángulo, crear una sesión de catequesis a partir de cualquier tema; se trataba de ayudar al catequista a abrir los ojos sobre posibilidades demasiado descuidadas.

Pero, además de las posibilidades, está el trabajo al que ya he aludido, de la corrección de impactos, situaciones, tendencias.

Sobre esto, y mirando especialmente desde el ángulo pedagógico, se hallarán orientaciones interesantes en la bibliografía.

Pero no debiera permitirse, siendo educadores, que exista habitualmente el cine sin el fórum correspondiente; se ha implantado en algunos sitios como asignatura obligatoria; Pablo VI, en el último Mensaje a raíz de las III Jornadas de Massmedia ha insistido en ello; sólo el cine-club puede evitar que el cine se convierta en el mayor de los dictadores y, en cambio, sólo contando con él pueden alumbrarse las riquezas de educación que deberían derivarse.

La catequesis podría hallar en el cine, como he indicado en otro sitio¹⁴, temas siempre interesantes y que complementarían los programas de religión.

e) Perspectivas.

Por este camino indicado debiera orientarse la catequesis: buscando el material de base en la vida, parte de ello constituido por los documentos formidables del cine; no podemos soñar en crear películas para explicar tal capítulo de religión; pero sí, a raíz de tal película (que no nos cuesta millones, sino 15 ptas.)

14. *Explotación catequística del cine, especialmente a partir del 5.º año de Bachillerato*, «Apuntes» 4 (1969) 295-298.

podemos explicar tal capítulo: y jamás olvidarían lo explicado y discutido.

El complemento necesario, el tomar nota de los temas que se van tratando para equilibrar el programa previo, corresponde a la técnica pedagógica del profesor¹⁵.

Es más complejo que tomar un libro e ir explicando; pero por lo menos no se lograría un resultado contraproducente.

Estaría además la educación de los chicos para que aprendieran a explotar las posibilidades de «comunidad humana» que ofrecen muchas sesiones.

...Pero esto supone que la formación que queremos para los chicos los educadores la reciben ya en su juventud.

3. Televisión¹⁶.

a) La comunicación.

Una de las características que distinguen a la TV es la riqueza de comunicación que permite:

El «espectador» puede ser relativamente numeroso (hay pantallas dilatadas) pero se trata en general de unos pocos que, al ser conocidos, por haber más luz en el local, al ser dueños del aparato y de su propio tiempo, entran en relación fácil con motivo del programa, cosa que no podría pensarse en el cine.

Además, el público influye mucho más por sus opiniones y gustos en la elaboración de los programas, lo cual hace que los espectadores lo sientan mucho más como cosa personal.

La misma composición de muchos espacios tiene en cuenta y explota esta actitud psicológica, y por esto se dirige mucho más directamente al espectador.

Todo esto da a la TV una fuerza psicológica muy distinta a la

15. Ibid., pp. 246-249.

16. Para el aspecto técnico: *Radio-Télévision*, «Science et Vie» n. 65. hors série (1963).

La TV, peut-elle avoir une influence éducative?, «L'Ecole des Parents», 1967, pp. 51-61, n. 9.

Th. GALIANA, *La télévision*, «Diagrammes», n. 111, mayo 1966.

E. GERIN, *Los jóvenes y la TV*, Edit. Atenas, Madrid.

E. GERIN, *Televisión amiga*, Edit. Nova Terra, Barcelona.

E. TARRONI, *Los niños, la radio y la TV*, Edit. Studium, Madrid, 1962.

J. M. BÀGET, *TV, un arte nuevo*, Edic. Rialp, Madrid, 1965.

del cine y una riqueza de acción social, a nivel de grupo primario, mucho más importante.

b) Acción sobre el público.

Conviene destacar esta fuerza especial de la TV para actuar sobre su público particular. Señalaré algunas facetas, no para condenar la TV sino para que nos fijemos, como catequistas, en los medios que hemos de emplear para orientar.

Los anuncios, en su aparente inocuidad, tienen una fuerza importante, pues, por lo personalizados, al dirigirse con la máxima simpatía a alguien muy concreto, en las mejores formas, crean conciencia de público en los espectadores: el designarlos como «segundas personas» los unifica y crea una relación potencial siempre dispuesta a pasar a acto entre espectadores y consumidores sobre todo; hay ejemplos de anuncios tipo «clan consumidor».

Podría señalarse el peligro de infantilización a través de cierta obligatoriedad de consumir un producto informativo impuesto, a menos que se adopte una actitud crítica mínima... difícil de mantener a lo largo de muchas horas y programas distintos: es una actitud de resignación inconsciente que apaga las fuerzas de personalización individual, de independencia.

Se crean así modelos de comportamiento, de moda, de relación familiar, locuciones, cantos, modos de disponer la habitación, de amarse, de pasear, ...que los espectadores copian con rapidez impresionante: se trata pues de un modelador de conductas, una especie de molde sociológico, una como apisonadora suave e implacable contra la cual intentan sublevarse algunos conscientes.

Porque sienten que así se crean cánones (de belleza, de consumición, de disciplina, etc.) que se difunden por resonancia, invaden la atmósfera social y crean tipos de conducta «normales» de los cuales se hace casi imposible discrepar por parte de la mayoría.

Se utilizará en muchos lugares para reducir todo brote de subversión, y las autoridades de todos los países saben la fuerza de este instrumento de apariencia tan poco violento, vestido humildemente de sencilla «información».

Podría pensarse en otro tipo de peligro, como la integración

de las escenas violentas en temas de vida cotidiana: los anuncios se encargan de mezclar en la trama de la película temas de apariencia intrascendente; los efectos de esta triple mezcla deberían estudiarse más seriamente.

c) El «club» y lo escolar.

Sobre la TV escolar la bibliografía es cada vez más importante, así como las experiencias; en los libros que citamos se hallará material.

Para la catequesis y la formación pedagógica, debería explotarse más el «desequilibrio» (en el sentido de «inestabilidad») creado por algunas emisiones; hacen que el chico sienta ganas de liberarse, comentando; es la gran ocasión para un fórum espontáneo y dinámico, que debería explotarse lo más posible.

Esto nos da ocasión de insistir en lo dicho: el medio audiovisual, la TV en este caso, no elimina al profesor-educador, al contrario, ofrece a éste ocasiones mucho más abundantes y mejores que antes para realizar su obra personal educadora.

d) Aplicaciones catequísticas.

A este respecto, habría que remitir con insistencia al libro de que hemos partido: «Los medios audiovisuales en la catequesis», en las páginas dedicadas a «Catequesis y TV», pp. 107-120.

Hemos de tomar conciencia de la fuerza de los impactos recibidos por nuestros catequizandos; habría que analizar un poco el matiz de estos «mensajes» juzgados desde el ángulo cristiano y no hacerse ilusiones al compararlos con los mensajes recibidos en la catequesis: parece un cálculo algo «materialista», pero no hay que soñar, sino pesar la fuerza, la modernidad, el clima de interés logrado por la TV ...y compararlo con el influjo real logrado por la mayor parte de los actuales procedimientos catequísticos.

e) Perspectivas.

Es fácil prever que dentro de muy pocos años, la red de emisoras llegará a los pequeños televisores portátiles a buen precio, desde todos los puntos del espacio, en donde las principales naciones tendrán en órbita perpetua sus satélites de información¹⁷.

17. "Edades espirituales" y sus aplicaciones catequísticas, «SINITE» 4 (1963), las pp. 208-209.

Entonces se comprenderá mejor el acierto de haber formado, a través del teleclub, como algo de total necesidad, por encima de casi todas las especialidades.

Se apreciará también cómo lo principal en educación era haber logrado madurez más que «cantidad de conocimientos»; sólo la madurez permite a la personalidad sobrevivir ante el alud de información orientada a través de espectáculos prodigiosos de color, de realización técnica, de variedad, de sugestión...

Entonces muchos catequistas quizá empiecen a avergonzarse de que sus catequesis sean todavía de tono magisterial en vez de realizarse por grabaciones en magnetoscopio, con perfección técnica, colaborando con los equipos que haga falta, como servicio inteligente en la diaconía de la Palabra de Dios.

Se comprenderá lo providencial de estos recursos técnicos ante la disminución del número de catequistas, la exigencia de mayor perfección en el mundo de la información, por el deseo de libertad en la recepción de los mensajes, por el respeto exigido para todo pluralismo, por la dificultad de los horarios, la complejidad para integrar la religión en programas escolares...

CONCLUSION

1. Orientaciones generales.

— Una de las claves de la maduración, en su aspecto religioso y en su aspecto profano, está reflejada en la «sed de conocimiento»¹⁸.

El fenómeno explosivo del desarrollo de los medios de comunicación social, con la urgencia de progreso en la «información» (satélites de comunicaciones, etc...), corroboran la misma clave.

A ello se ha añadido otro aspecto decisivo en este caminar hacia mayor «luz»: la revolución de la Informática.

— Ahora bien, la sed de conocimiento no se cierra sobre sí misma, sino que, a todos los niveles (consciente e inconsciente, individual y colectivo, religioso y profano, económico, artístico, etcétera) busca una meta: la promoción de la libertad.

18. Cf. *Catequesis, iluminación*, «Apuntes» (1961) 81-94, espec. pp. 81-83.

— Aquí clava sus raíces el fenómeno de las revoluciones «contestatarias»: la tragedia surge en lo más hondo al descubrir, o intuir, que lo que se presentaba como gran puerta abierta a la esperanza de liberación se vuelve precisamente la gran causa de alienación: el dominio de los massmedia (prensa, radio, TV) por las superpotencias (políticas, económicas...); y así el instrumento de libertad se convierte en el máximo instrumento de esclavización.

La humanidad se siente detenida al borde de un abismo que puede representar una salida hacia arriba o una catástrofe.

— El cristiano apóstol (pastor, catequista, etc.), ha de tomar conciencia de que también en este momento de la Historia, Cristo, EL MAESTRO, EL UNICO, EL QUE TIENE LAS PALABRAS (información) DE VIDA ETERNA, es fiel a su Nombre (SALVADOR).

El Concilio Vaticano II proclamó este papel salvador de Cristo en su Iglesia. Hemos de comprender que la salvación tiene, como ayer, forma de PALABRA, pero pasa por formas de expresión-difusión completamente distintas... Por esto hay que «aprender a hablar»: y esta escuela de la «palabra», a la que todos hemos de acudir, aunque sea a partir del grado elemental, se llama: MASSMEDIA e INFORMATICA.

Los catequistas, y los educadores cristianos que no lo entiendan, no podrán ser objetivamente fieles al Maestro que sigue hablándonos a través de los signos de los tiempos.

— Para ellos podrían ofrecerse especialmente unos puntos de reflexión:

Comprender la actualidad máxima de su vocación (tanto de catequista como de educador o de profesor): es la mayor contribución, la más directa y honda, al movimiento de avance del hombre y de las especies, desde lo más antiguo hasta lo más futuro: servidores de la «inteligencia».

El aspecto de «promoción de la libertad» que ha de tomar radicalmente la catequesis; esto traerá tentaciones de presentar una moral «sin compromiso»; pero hay que buscar soluciones a medida que se planteen problemas y de ningún

modo contaminar a la catequesis con una impresión contraria a su esencia, como una especie de imposición, opresión alienante.

Es el punto más difícil, el más urgente... y el más fecundo de la catequesis y aún de la pedagogía en general.

2. Aplicaciones concretas.

Servirán de cierre a este artículo y subrayarán la orientación pastoral-catequística que se ha buscado para él; señalaré o recordaré alguna aplicación para cada uno de los 10 puntos por los que han discurrido estas páginas.

1. Información.

El catequista debiera distinguirse en la búsqueda, combinación y presentación de «hechos». Pero éstos han de ser «significativos», que tengan en sí mismos potencialidad para abrirse sobre un contenido «doctrinal»; han de ser tales que realmente hagan impacto, por su fuerza, oportunidad, actualidad.

Se deduce que la proporción entre «información» y «doctrina» en nuestra catequesis debe revisarse: la «información», los «hechos», deben ocupar, materialmente, cronométricamente, la mayor parte del tiempo de una sesión.

Este criterio facilitaría un juicio sobre los textos que utilizamos: el Catecismo Nacional tradicional se sitúa, bajo este aspecto, en el polo opuesto a lo que decimos; en cambio los nuevos textos se abren camino en el sentido señalado, tanto en los cinco grados de Primaria como, sobre todo, en la Enseñanza Media, por lo menos los presentados por algunas Editoriales, Editorial Bruño, para citar alguna, en los tres primeros años publicados y en el de 4.º de Bachillerato en preparación.

Pero este juicio debe matizarse: el catecismo Nacional, por lo menos en lo que de él se ha integrado en los cinco grados de Primaria, una vez revisado el lenguaje, aliviado y completado tal como se ha hecho, puede dar resultado en manos de un buen catequista, porque servirá de soporte a la memorización y todo el catecismo quedará completado por los «hechos» que añadirá el catequista.

Los textos de Bachillerato, en cambio, en manos de un catequista inexperto, incapaz de mantenerlos al día, perderán pron-

to su actualidad, requisito importante para la eficacia de los hechos presentados y que estos textos ofrecen en abundancia.

...Podemos completar lo dicho recordando que los massmedia (visuales, sonoros, mixtos) ofrecen al catequista una mina importante de «información».

2. La propaganda.

Porque bañamos en propaganda, vivimos de ella y somos intoxicados por ella, los catequistas debiéramos ejercer una doble vigilancia incansable:

a) Pasar por su escuela y aprender la adecuación y potenciación de todos los recursos para conseguir una calidad eficiente de «noticia-impacto»: luz, color, palabra, música, repetición, duración, etc.

Esto podría aplicarse sobre todo a aquellas frases-clave que se incrustan como consignas en lo profundo de la conciencia (Palabras del Señor), echando mano de los recursos que ofrece la red compleja de los massmedia.

b) Precaverse continuamente del género «propaganda» en lo que tiene casi inevitablemente de alienante cuando debilita el autocontrol, polarizando el conocimiento, cerrándolo en un sentido determinado y dificultando la síntesis de un tema particular con el conjunto de los intereses del individuo.

Esto puede ocurrir particularmente en catequesis de tipo desencarnado o en las que se busca la «eficacia» a corto plazo.

3. Prensa.

El catequista ha de creer en la prensa:

a) La imita según sus posibilidades: periódico mural, hojas volantes, hojas policopiadas (mecanografía o ciclostil)...

b) La utiliza: como punto de partida, como fuente de material concreto (recortes de noticias, de fotos, de grabados).

c) La apoya: formando a los chicos en las técnicas de lectura y destacando el valor (es la mejor forma de difusión inteligente) de aquella prensa que más lo merece.

d) Orienta las posibles vocaciones de periodista o de escritor y lo considera como un importante servicio prestado a la sociedad y a la Iglesia.

e) La respeta: poniendo la caridad y la verdad en la base

de sus juicios sobre la labor de toda clase de prensa: libros, revistas, periódicos...

4. La voz.

Debiera mirarse como el paraíso de todos los massmedia, que concentra en ella todos los recursos de los audiovisuales: la voz es música, color, imagen; el cuidado de la voz, su mejora incansable como instrumento, es una de las inversiones más inteligentes que puede realizar el catequista.

El magnetófono se le presenta como un medio privilegiado para este progreso continuo.

5. El canto.

Se ha convertido en algo así como un nuevo idioma del mundo: el canto se ha democratizado totalmente y se ha comercializado.

Es un idioma que ha de entrar con toda normalidad en la catequesis, sin olvidar la faceta litúrgica de ésta.

Pero ha de tenderse a crear, en cierta medida por lo menos, la música y canción que se necesite; muchos catequizandos, y nada digamos de sus catequistas, no valen menos que tantos jóvenes que producen cosas interesantes.

Así, entre lo que se crea y lo que se aprovecha del inmenso mercado, la catequesis hablará este nuevo idioma universal, se hará más comprensible para nuestros chicos y abandonará la peligrosa impresión de algo caído de otro planeta.

6. El tocadiscos.

La música es como un «clima»; la hallamos, en su función de crear ambiente, en casi todas partes: campos de deporte, secciones de fábrica, bares, calles, oficinas, almacenes, etc. ¿Entrará algún día con esta finalidad en las iglesias?

Pero, por lo menos, no debiera faltar en la catequesis.

Esto requiere organizarse: para la constitución de una discoteca suficiente (por compra o préstamo), para el manejo oportuno del aparato, la calidad suficiente de los altavoces, la iniciación de chicos como ayudantes y para que la música sea verdadero auxiliar y no estorbo.

Naturalmente, por encima de la creación de «clima», está la presentación de documentos sonoros: litúrgicos, de testimonio, pedagógicos, etc.

7. La radio.

Debiera darse tanta importancia al «fórum» de la radio como al del cine o de la TV, puesto que la radio tiene posibilidades únicas: ciertos trabajos, viajes, etc., no permiten utilizar más que el transistor y en estos casos presta servicios importantes: distracción, compañía, información, cultura...

Es el medio más asequible: ciertas cámaras fotográficas son más baratas pero a la larga resultan evidentemente más caras por el gasto de material.

Un «fórum» bien organizado sobre emisiones, programas (música, noticiario, programas culturales, anuncios...) debiera hacerse a menudo y con sentido catequístico.

8. Magnetófono.

Es evidente que el magnetófono puede complementar de modo interesante los demás medios sonoros: para conservar, localizar, seleccionar, reproducir lo que nos interesa.

Sirve, además, de modo privilegiado, como ya se insinuó, para el autocontrol y formación del catequista.

El magnetófono es al sonido lo que el cine es a la imagen (archivo, dinámica), pero con las ventajas del precio, fácil manejo, tamaño, duración de las cintas...

9. El cine.

El aumento de la población urbana y de la concentración escolar harán cada día más asequible este instrumento capital de cultura e información para un número mayor de catequizandos y de catequistas.

Estos han de convencerse de que el cine es uno de los mejores auxiliares de su catequesis, como un inmenso «texto»: interesante, nuevo siempre, hervidero de documentos palpitantes; es una mina inagotable y valiosa dejada a flor de tierra, a cuyo lado pasan todavía hoy muchos catequistas sin sospechar su valor.

No se trata de arrinconar los programas y los textos para «ir al cine»; pero sí de integrar profundamente el cine en la catequesis.

10. La televisión.

Buena parte de lo dicho para el cine vale para la TV; ésta tiene sus ventajas (precio de la sesión, horarios...) y sus incon-

venientes (imposición de los programas, calidad de los telefilmes...).

Sin embargo, por ahora ¹⁹, se la puede considerar como reina entre los massmedia en el terreno de la catequesis; le quedan sin embargo progresos por realizar: TV en color en muchos sitios, proyección fácil sobre pantalla grande, circuitos cerrados en condiciones más asequibles...

Pero ya desde ahora ofrece al catequista muchas de las ventajas que hemos señalado para el cine, el magnetófono y el tocadiscos; sobre todo logra trabar relaciones entre grupos a la vez más pequeños y mayores:

Entre los grupos más pequeños, grupos primarios, tal como señalaba más arriba, por ser ésta la forma habitual de ver la TV; con lo cual se relaciona estrechamente este medio con la otra gran fuerza de revolución catequística que puede ser la dinámica de grupos.

...Y entre los grupos mayores, por la instantaneidad con que nos pone en presencia de los acontecimientos en el mundo entero en el mismo instante de producirse: Concilio, Olimpíadas, Alunizaje; crea así una profunda comunión a nivel planetario que ningún otro medio podría lograr con la misma eficacia.

* * *

Después de este rápido vistazo sobre algunas de las posibilidades de los massmedia en la catequesis podríamos pensar en los catequistas que siguen laborando en unas formas (a juzgar por las apariencias) relativamente semejantes a las que se usaban, no ya hace unos 10 o 15 años, sino en los alrededores de la Edad Media... ¿Se les podría sugerir que buscasen una pista de aterrizaje? Normalmente podrían hallarla en la dirección de los massmedia integrados en su catequesis.

19. Por lo menos hasta que el magnetoscopio llegue a reemplazar en la hegemonía en cuanto a posibilidades incalculables para la pedagogía y la pedagogía catequística.