

Católicos y Propaganda

EL LLAMADO DE LA IGLESIA

La Iglesia llama a los católicos de estos últimos tiempos a responsabilizarse de su misión, instándolos a abandonar el tibio ambiente de apatía caracterizado por "un letargo del espíritu, una anemia de la voluntad y un frío de los corazones". (1)

La hora del mundo que nos toca vivir, aunque dichosa porque reclama de nosotros acción y sacrificio, es una hora difícil que no se puede afrontar improvisadamente, sin un plan, sin una conciencia de la circunstancia y sin una "santa estrategia". Es una época que por lo compleja requiere de una metodología que permita "conocer bien al detalle—como dice Pío XII—sus necesidades, que estén bien claros los objetivos, bien calculadas las fuerzas disponibles, de modo que los recursos iniciales no queden desaprovechados por ser desconocidos ni empleados desordenadamente. (2) Para esto es necesaria la colaboración horizontal, desde la familia, primer escalón de la sociedad, hasta el último plano de la actividad humana, se aboquen a una campaña de apostolado positivo que sea capaz de comprender, adaptar y orientar cada momento en el espíritu de la vida cristiana.

Cada etapa de la Historia aparece con un nuevo perfil, unas nuevas características, una nueva mentalidad y unos nuevos medios que la diferencian de la anterior. Los católicos, frente a estos cambios lógicos no pueden asumir una actitud recriminatoria y aferrarse tercamente a viejas estructuras que el devenir en su marcha deja atrás. La dimensión del cristiano está en saberse adaptar a su tiempo. Nos hallamos en un siglo donde los militantes de la Iglesia no pueden ni seguir viviendo con mentalidad me-

dieval ni presentarse desarmados frente a las manifestaciones de la vida moderna, limitándose sólo a condenarlas como satánicas. Si queremos que a la luz de los siglos brille la verdad del evangelio tenemos que actualizar la vivencia dinámica del cristianismo.

Hay que esforzarse por comprender lo que significa cooperar estrechamente en el plan del Creador, que no es otra cosa que saber utilizar los talentos que El nos dá en cada circunstancia, no para desaprovecharlos, sino para hacerlos fructificar y devolvérselos multiplicados en obras provechosas a la construcción de la "ciudad de Dios". El cristiano mientras esté en la Historia, está comprometido, tiene que ser actor, es decir, desempeñar el papel que le corresponde, que le ha sido asignado de antemano. No puede pedir la paz y la tranquilidad del estoico, "puesto que la Historia es por principio la inquietud misma, el vivir sin reposo hasta que el corazón descansa en Dios. En la Historia no hay para San Agustín ninguna paz y ningún sosiego. El sosiego se encuentra únicamente en aquella ciudad de los elegidos en que no hay tiempo, variación ni discordia, ciudad divina cuyos arrebales llegan hasta este mundo bajo la forma y el aspecto de la Iglesia" (3).

Esto explica la inquietud en los llamados de los últimos papas a que los cristianos se alisten como activistas en las filas de la Iglesia militante y conquistadora y se apresten de nuevo a la ofensiva, por medio de una mística que les vigorice nuevamente el dinamismo espiritual y de una técnica que los lleve a utilizar planificadamente los grandes instrumentos del siglo, que más que satánicos son medios necesarios que tienen que ser aprovechados para poder renovarlo todo en Cristo.

LA PROPAGANDA A TRAVÉS DEL TIEMPO

En épocas pasadas el trabajo apostólico tuvo poco en cuenta la atmósfera pública y se limitó sólo a una proyección vertical del cristianismo, que consistió en un perfeccionamiento individual, complementado por la palabra de los predicadores, cuyo interés reunía a los fieles bajo las majestuosas naves de los templos medievales.

Hoy, en la mitad de este siglo, siglo de la prensa, del cine, de la radio, de la televisión y de todos los medios de opinión pública, el hombre ha salido impulsado de su ambiente apacible y tradicional hacia uno artificial, creado por la moderna técnica de la propaganda, donde el pensamiento y la voluntad son fácilmente manejados por ella. Se sustituye en las masas el culto de las ideas por el de la noticia, siendo apenas ya muy pocos los lectores de ciertos libros de contenido y, en cambio, millones los que a diario leen la prensa, escuchan la radio o ven la televisión y el cine.

Las doctrinas contrarias a la Iglesia se hicie-

(1) LOMBARDI, RICARDO.— "Pío XII por un Mundo Mejor" pág. 36 Ed. Balmes Durán y Bas 11 Barcelona.
(2) LOMBARDI, RICARDO.— "Pío XII por un Mundo Mejor" pág. 36 Ed. Balmes Durán y Bas 11 Barcelona.

(3) MORA, FERRATER.— "Cuatro Visiones de la Historia Universal" pág. 52 y 53 Ed. Sudamericana Buenos Aires.

ron peligrosas cuando de los grandes tratados donde fueron expuestas en complicados argumentos, salieron traducidas, con la ayuda de fuertes cargas emotivas, al lenguaje sencillo del artículo, de la noticia, del programa radial o televisivo y del argumento cinematográfico.

LOS CATOLICOS FRENTE A LA PROPAGANDA

Los católicos no hemos tomado el debido interés por estos instrumentos modernos como medios efectivos para ejercer un verdadero apostolado en la propagación de nuestras ideas. Nos hemos conformado con sólo conocer o, por lo menos, con saber que tenemos un cuerpo de doctrina muy hermoso, pero sin buscar la manera de traducirla a una forma sencilla mediante una técnica de la penetración que permita hacerla llegar más fácilmente en patrimonio común a las masas.

Hoy por hoy no podemos desconocer los recursos con los cuales contamos para hacer que el mensaje del cristianismo se difunda como un nuevo Pentecostés. Hay que complementar la forma tradicional de transmitirlo, limitado a la familia y a las enseñanzas parroquiales y escolares por manuales catequísticos o apologeticos, con medios más ágiles, más populares y mejor adaptados a la mentalidad de nuestro tiempo.

Los instrumentos de penetración para que sean efectivos "deben guardar relación con dos elementos: la idea que se quiere dar a conocer y el sujeto capaz de recibirla. Cuando los sujetos cambian o cambia el "habitus" mental, las relaciones entre la idea y el sujeto deben variar, como también el medio que las transmite" (4). Por esto, dice muy bien el Padre Morlión: "Que la religión cristiana salvará al mundo de hoy si sus grandes ideas se ponen en obra mediante los medios de la propaganda: prensa, radio, televisión, cine. A través de ellos la difusión de los valores religiosos podrán tomar contacto con el espíritu y el corazón de los hombres de nuestra época."

JESUS PRIMER PROPAGANDISTA DEL CRISTIANISMO

Cristo en sus tres últimos años nos dió también un ejemplo de apostolado en la opinión pública. El fue el primer gran propagandista de su doctrina, para lo cual se valió de una propia metodología de penetración.

En su vida pública, no se alejó nunca de los hombres sino que, por el contrario, convivió con ellos y como les conocía sus sentimientos, a ellos adaptó su mensaje; en forma clara, sencilla, concreta y emotiva. Utilizó la parábola para explicar por comparación con hechos prácticos de la vida del pueblo, las ideas que se proponía inculcar. Así por ejemplo para resaltar el valor de la humanidad, se valió de aquella del fariseo y el publicano que suben al tem-

plo a orar, destacando con gran agudeza y por contraste, las actitudes de ambos; la del fariseo: "Dios gracias te doy porque no soy como los demás hombres, rapaces, injustos, adúlteros, ni como este publicano", la del publicano: "Dios apiádate de mí que soy un gran pecador". Expuesto el hecho concluye con una frase que resume la idea central de la parábola: "Porque el que se ensalza será humilado y el que se humilla será ensalzado", frase que el Prof. Rovigatti califica muy acertadamente de "slogan" y explica: "El slogan fue usado también por Jesús, aunque con diferencia sustancial con los propios de nuestro siglo, en el campo comercial y en el campo político, ya que los evangélicos son la conclusión y el resumen de un razonamiento más largo presentado bajo la forma de parábola. En cambio hoy, el slogan es una frase —agradable, sonora, rítmica y hasta musical— pero que no contiene la razón del enunciado que se afirma". (5)

La emotividad, que se obtiene especialmente através de elementos visivos y que es una parte de lo concreto, también la utiliza el Maestro, no sólo en el lenguaje sino con su participación directa en los hechos. Así lo vemos curar al hijo del Centurión, resucitar a Lázaro, perdonar a Magdalena, multiplicar los panes, sacar a latigazos a los mercaderes del templo y a la pregunta maliciosa de los fariseos sobre si era lícito pagar el tributo al César, responder: "Dad al César lo que es del César y a Dios lo que es de Dios".

El evangelio está lleno de enseñanzas inagotables, de cómo Jesucristo utilizó una técnica propia para diseminar con éxito su doctrina.

LA PROPAGANDA EN OTRAS DOCTRINAS

El nazismo y el comunismo, para hablar sólo de dos movimientos que han tenido repercusión en este último siglo, deben todo su éxito práctico, no a las especulaciones doctrinarias de sus ideólogos, que si bien han podido ser interesantes por su difícil estudio y comprensión no hubieran podido llegar nunca a los ambientes populares sin la dinámica que les imprimieron sus grandes propagandistas. Para Lenin por ejemplo: "la cosa principal era la agitación y la propaganda en todos los ambientes populares". (Hay que hacer notar que para Lenin agitación es igual a propaganda y propaganda igual a educación y formación). Para Goebels "el arte de la propaganda consiste en la capacidad que se tenga para estimular la fantasía del público con llamado al sentimiento, encontrando la fórmula psicológicamente apropiada que llame la atención y sea capaz de despertar el corazón de las masas de las naciones". (6)

(5) ROVIGATTI, VITALIANO.— "I Cattolici e la Propaganda" pág. 16 Ed. Icas Roma.

(6) MANVELL, ROGER — FRAENKEL, HEINRICH.— "Vita e morte del Dottor Goebels" pág. 90 Feltrinelli Editore Milano.

(4) ROVIGATTI, VITALIANO.— "I Cattolici e la Propaganda" pág. 9 Ed. Icas Roma.

Un ejemplo que demuestra la vigencia de esta técnica, lo constituye un reciente estudio hecho en Italia, —País que cuenta con el partido comunista más fuerte de la Europa no enmarcada dentro del bloqueo soviético— por medio de una encuesta psicológica. Se comprobó que la fórmula utilizada por el partido comunista para presentarse a la masa y penetrar en ella, no fue como doctrina política sino simplemente como tema popular, esto es, adaptando su mensaje a las ideas y sentimientos que existían ya en la mente y en el corazón de las masas, que las obtuvo a través de contactos directos o indirectos con ella. Los resultados de la encuesta revelaron la presencia de los siguientes temas: seguridad económica, igualdad social, promoción del proletariado, hermandad humana. Con los cuales identificaron como defensor al partido comunista, siendo que estos temas también están presentes en la sociología cristiana.

Este hecho revela claramente que el efecto hacia una idea se comienza a despertar por medio de una propaganda que exprese temas y sentimientos ya existentes dentro del ambiente, para hacerlo receptivo a lo que posteriormente le digamos y además para lograr una identidad entre el propagandista y el medio que se quiere conquistar, este aspecto en el plan constituye el valor dinámico.

ASPECTOS IMPORTANTES EN LA PROPAGANDA

Supuesta la existencia de una ideología, se debe conocer muy bien para poder extraer las ideas más importantes, las más emotivas y las que mayor identidad guarden con los temas del ambiente que se quiere conquistar. Pero no basta conocer la ideología y saber escoger las ideas más emotivas, sino que se requiere además un estudio psicológico básico para obtener positivos resultados, ya que la propaganda es un fenómeno estrictamente psicológico. Por esto recomienda un conocimiento previo del ambiente, a través de contactos directos o indirectos para sacar los temas más importantes que en él existen.

Las ideas que se van a transmitir para que sean penetrantes, tienen que ser concretas, claras, reducidas en número, emotivas y a ser posible repetidas indefinidamente a fin de asegurar que hasta el último individuo ha captado su significado. Por ejemplo: Si queremos despertar el interés por la infancia abandonada señalando las graves cargas que a la sociedad le trae, es más provechoso valernos de un hecho concreto para presentar el problema que hacerlo en forma abstracta. Lo mismo será más emotivo y atrayente un cartel que recoja un cuadro conmovedor alusivo, al problema, que uno que tenga una larga leyenda que suele pasar inadvertida al público.

Ahora bien, la propaganda no basta cuando

se trata de difundir una ideología profunda como el cristianismo, porque se caracteriza por ser un instrumento hecho para atender más al sentimiento y a la fantasía que a la razón. Sólo debe ser utilizada como "llave que abra la puerta a un coloquio más completo y posterior a ella, que es la "formación". (7) Sin embargo, como fase inicial en todo apostolado resulta imprescindible, como primer paso hacia la organización.

CONCLUSION

Estamos viviendo en el siglo de la propaganda, donde el mayor impacto psicológico es el que mayor carga emotiva engendra y el que de hecho produce la nueva corriente de opinión. Si hasta ayer para irradiar la luz del evangelio bastaba la familia, la escuela y la iglesia, hoy estos medios solos ya no bastan. La nueva atmósfera, como hemos dicho, ha modificado el "habitus" mental, llevando al hombre a fijarse más en los hechos del día que en las verdades eternas. Este fenómeno los católicos no lo debemos descuidar, sino atenderlo con empeño y conciencia de apostolado. Esforzarnos para organizar una técnica de penetración por medio de la cual se actualicen con dinamismo las ideas cristianas, y se adapten a las estructuras de la vida moderna, a través de la noticia, el aprovechamiento de los temas populares y una bien planeada "dialéctica de la cuestión de actualidad" para poder crear y manejar corrientes de opinión enmarcadas dentro del sentido cristiano, capaces de suplantar a las actuales que tan grande confusión le están sembrando al mundo. Buscar la manera de penetrar las ideas espirituales a través de las aspiraciones terrenas, con las cuales está más en contacto el hombre. Ir realizando poco a poco apostolado indirecto que se interese primero por los problemas humanos, a los que se pueda ir elevando gradualmente a las verdades eternas.

No permanezcamos inertes ante los hechos que hacen caminar la historia, armémonos con corazas de cruzados para luchar y hacer que Cristo viva en el corazón del género humano. Que las organizaciones del apostolado seglar, tiendan más que a encuadrar en asociaciones católicas a los seres a quienes se quiere llegar, que en la estrategia es un paso posterior, a la preparación de activistas en la técnica de la propaganda, para que puedan salir con base sólida al encuentro de las masas que no entienden de someterse a una preparación ideológica, vinculados a cualquier asociación, y en esta forma seguir el llamado de Pío XII en su Mensaje al III Congreso Internacional de Prensa Católica el 19 de febrero de 1950, de hacerlo a través de un "apostolado de la opinión pública".

PEDRO RAUL VILLASMIL SOULES

(7) "Questa è la nostra propaggandà" pág. 20 Edizióni A.C.L.I. Roma.