

Cultura postmoderna y educación en la fe

Enrique Gervilla Castillo

1. Situación actual

Buena parte de nuestra sociedad, especialmente los jóvenes, viven hoy en el pensamiento y talante de la Postmodernidad. Los obispos españoles, en el documento colectivo «*La verdad os hará libres*»¹ describían, a finales del año 1990, la situación social vigente, cuyos síntomas generales se manifestaban en:

- La carencia de criterios morales fundamentales, valederos en sí mismos por su racionalidad y fuerza humanizadora.

- La legitimación de una moral de situación sin referencia a norma objetiva que trascienda el acto singular.

- El fomento del relativismo y la permisividad.

- La legitimación por la cultura dominante de la separación sexo y amor, amor y fidelidad, sexualidad y procreación.

- El cuerpo como instrumento de goce, declarado zona de libre cambio sexual, exento de toda norma ética, etc.

Las causas de esta situación radica en:

- La crisis del sentido de la verdad. Domina la persuasión de que no hay verdades absolutas, de que la certeza es síntoma de inmadurez y dogmatismo.

- El hombre es creador de la ética y sus normas. La cultura por él elaborada determina lo que es bueno o malo.

¹ CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA, *La Verdad os hará libres* (Jn.8,32), (20 Nov. 1990) P.P.C., nº. 6-20; 21-27.

- La facticidad: «hay lo que hay». El pensamiento débil que en ello late renuncia a toda verdad última y definitiva.

- El secularismo y la mentalidad laicista que difunde, como consecuencia de lo anterior, un modelo cultural que arranca toda raíz religiosa. En consecuencia todo es provisional. El hombre carece así de una referencia consistente que le permite discernir objetivamente entre el bien y el mal, etc.

2. La cultura postmoderna: lo que se ve, se oye, se lee, se vive... como bueno

Esta situación de relativismo y hedonismo axiológico, de secularismo y narcisismo, se traduce y manifiesta en la cultura actual, trasmitida por los medios de comunicación social, y denominada cultura postmoderna².

Es importante recordar que toda cultura tiene un fundamento axiológico y que, por tanto, se cultiva (cultura: «colere»= cultivar) aquello que se valora. En este sentido, cultura es todo lo que el hombre produce, en el aspecto espiritual y material, de un modo intencional y artificial, en un momento histórico: arte, costumbres, canciones, moda, literatura, etc. Los valores predominantes en el momento histórico determinarán la cultura correspondiente, denominada anticultura o contracultura para quienes, al rechazar dichos valores, rechacen la cultura de ellos emergente.

Un análisis de contenido de la cultura de la calle: cine, Tv., canciones y literatura, moda, etc. la de mayor aceptación en nuestra sociedad, nos confirma el auge y vigencia de tales valores y bienes culturales. He aquí algunos campos bastante ilustrativos:

2.1.- Los estudios estadísticos³ colocan en los primeros puestos del «rankin» de la cinematografía las películas de Pedro Almodóvar: «Mujeres al borde de un ataque de nervios», «Átame», «Tacones lejanos», «Entre tinieblas»... Todas ellas de fuerte fundamento hedonista, amor efímero y frecuentes escena eróticas y sexuales.

Por los mismos valores caminan las tres películas de mayor recaudación en el año 1991: «Cómo ser mujer y no morir en el intento», dirigida por Ana Belén, «Las edades de Lulú» de Bigas Luna, y «Amantes» de Vicente Aranda.

² E. GERVILLA, *Postmodernidad y Educación. Valores y cultura de los jóvenes*, Dykinson, Madrid 1993, pp.85-152.

³ R. TAMAMES - J. M. REVUELTA, *El País. Anuario 1991, 1992*, Ediciones El País, Madrid. En este estudio nos hemos fundamentado para la selección, que a continuación comentamos, de películas, literatura, canciones, etc.

2.2.- En el mundo de la literatura, buena parte de la novela actual, camina por los mismos senderos de relativismo y hedonismo, encontrándose, en algunos casos, entre los «best seller» de nuestro tiempo: Umberto Eco, con «*El nombre de la Rosa*»; Milán Kundera, con la «*Insoportable levedad del ser*»; Carmen Rico-Godoy, con su obra «*Cómo ser mujer y no morir en el intento*»; o Almudena Grandes, con «*Las Edades de Lulú*», etc.

2.3.- El mundo de la canción ha dejado, por lo general, de transmitir mensajes de contenido social y reivindicativo, las llamadas «canciones protesta», para, en su lugar, proclamar el placer, el sexo, los celos, lo cotidiano, la diversión, el aburrimiento o la libertad sin control alguno. Son significativas al respecto: «*Hoy no me puedo levantar el fin de semana me dejó fatal*» (Mecano), «*No controles*» (Olé, Olé), «*No, no veo na*» (No me Pises que llevo Chanclas), «*Fueron los celos*» (La Unión), «*Sexo químicamente puro*» (Jorge Martínez), «*Bailar pegados*» de Sergio Dalma, «*Dale a tu cuerpo alegría Macarena*», canción de éxito en el verno de 1993, y un largo etc.

El mismo nombre de los Conjuntos ya son bastante significativos de este cambio e inversión de valores, pues, generalmente, o son irrelevantes, o bien ahora vale lo que antes no valía: *No me Pises que Llevo Chanclas*, *Los Inhumanos*, *El Último de la Fila*, *Los Ilegales*, *La Oveja Negra*, *Los Rebeldes*, *Amistades Peligrosas*, etc.

2.4.- La televisión que hoy lo transmite toda o casi toda la realidad de un país –películas, canciones, concursos, debates, publicidad, deportes, etc.– pero que juzga poco o casi nada, difícilmente se hace eco de valores como el esfuerzo, la autoridad, la disciplina, el trabajo o la virginidad. Sí, por el contrario, diariamente nos encontramos con mensajes alusivos al sexo (con o sin amor), dinero (ganado rápida y fácilmente, sin esfuerzo alguno), placer y lujo (a veces a cualquier precio), narcisismo o consumismo (más apariencia que ser)... Buena prueba de ello, entre otros programas son: «El Precio Junto», «Un, Dos, Tres», las telenovelas o «culebrones», «Primer Amor», «Su Media Naranja», «Contacto con tacto», «Querida Concha», Cine de evasión, «Erotísimo»...

2.5.- Mención especial, por el fomento del hedonismo y narcisismo en los medios de comunicación social, merece el valor del cuerpo. El cuerpo ocupa un lugar muy alto en la jerarquía axiológica de la postmodernidad. En prensa, radio y TV. se exalta un modelo estético en el que se valora la apariencia más que el ser: el cuerpo alto, delgado, moreno, joven, pelo largo, de apariencia dinámica, belleza, deportividad, sexy y atractivo, rico y actual. El cuerpo es, no sólo algo que tenemos, sino lo que somos; un instrumento u objeto de placer, lo que, en un primer momento, nos identifica y nos facilita o entorpece la relación con los

demás: «pasteleo» y «ligues», fiestas, amigos, posición social y, en ocasiones, hasta trabajo. De ahí que, en una sociedad en la que predomina la apariencia sobre el ser, el cuidado, cultivo, y hasta «culto» al cuerpo ocupen un lugar privilegiado. De aquí que en revistas, vallas, periódicos, radio y TV. nos ofrezcan spots publicitarios, invitando y prometiéndolo:

- *Dietas de adelgazamiento*, en escaso tiempo y sin esfuerzo.

- *Productos eficaces contra la caída del cabello, las canas, las arrugas o para fomentar el moreno de la piel.*

- *Gimnasios y salones de belleza*, hasta hace pocos años inexistentes o excepcionales en nuestras ciudades, hoy aumentan para ofrecernos múltiples servicios.

- *Productos «light»*, bajos en calorías: Coca cola, cerveza, quesos, mahone-sas, leches desnatadas... que conservan su sabor, pero no engordan.

- *Múltiples formas de belleza*, de conservar la línea. Piénsese en la cirugía estética, en el número de personas que actualmente encontramos haciendo «footin» en los parques o calles de nuestras ciudades, con la obsesión por no engordar, por no envejecer.

- *Modos de gozar sexualmente*. Hoy el cuerpo ya no es algo negativo, es medio y fin de gozo y placer, del que no cabe avergonzarse. Por eso, se exhibe desnudo o semidesnudo en playas, revistas y espectáculos, constituyendo su desnudez, y sobre todo la sexualidad, momentos y motivo de placer.

- *Productos que nada tienen que ver con el atractivo del cuerpo, pero que se valen de éste, dado su atractivo, para su venta y difusión*⁴. Es un modo, hoy muy generalizado, de captar la atención en programas y anuncios. Señoritas atrayentes sobre el capó de un coche, caricias y besos para presentar un perfume o bebida, las bellas (¿eróticas?) azafatas del 1,2,3., «cacao maravillaos», «telemamachichos», «la Quinta Marcha», etc.

2.6.- En este mismo sentido de apariencia narcisista se instala el «look» de la moda. La moda hoy lo invade todo o casi todo: mobiliario, objetos decorativos, gustos, ideas, peinado, maquillaje, lenguaje... Es, sin embargo, el vestido el punto de referencia más crucial. Nuestro modo de vestir es esencialmente una forma de relación humana, de imitación, de distinción social y de diferenciación individual, en el que el presente y, a veces, sólo por presente (novedad, actualidad, moda) justifica una determinada indumentaria: «Todo nuevo, todo bueno». El pasado inmediato deja de ser objeto de interés para venerar el momento actual: su novedad y su prestigio. La moda de ayer aburre, pero puede que continúe fascinando la del pasado lejano. Y si persiste la de ayer es a costa de

⁴ «Renault 19, el placer de vivir»; «Ford, diseño para seducir»; «Cámel, el sabor de la aventura»; «La piara, más bueno que el pan»...

la pérdida de su sentido. Son muchas las costumbres que perduran: bodas, bautizos, fiestas, regalos, reglas de cortesía, etc., pero sin ser imperativas y sometidas al reino de las subjetividades: seguimos festejando la Navidad o la Semana Santa, pero ahora en las estaciones de esquí o en las playas; las jóvenes se casan de blanco, pero por placer estético; las creencias y las prácticas religiosas, al igual que las sociales, siguen funcionando, pero a la carta, acorde con la subjetividad de cada uno, sin fundamento estable. Ello –su escaso o nulo fundamento metafísico y estético– hace que no la podamos soportar más que por un breve tiempo, por eso, la moda siempre es caduca y pasajera, justamente porque es débil y vulnerable.

Hoy, acorde con los valores postmodernos, la moda adquiere connotación joven, debe expresar un estilo de vida emancipado, libre de obligaciones y de normas impuestas, inconformismo, humor e individualidad. *Jeans* desteñidos, jerséis deformados, zapatillas de tenis gastadas, prendas retro, grafismos de comics en camisetas, «look mendigo». Lo nuevo debe parecer usado y lo estudiado espontáneo, lo pulcro ha cedido su lugar a lo paupérrimo. La moda, de este modo, se ha descentralizado y democratizado. Es el momento en que la moda se burla de la moda y la elegancia de la elegancia. La gente ya no desea ser elegante, quiere seducir. Lo importante es ser uno mismo, estar cómodo, agradar, sorprender, ser joven.

«El traje del domingo» ha desaparecido y el rico atuendo de las clases superiores se ha eclipsado. El individualismo actual es, ante todo, la eliminación del simbolismo jerárquico en favor de la libertad, el placer y la comodidad. En este sentido, los vaqueros –por su símbolo y propiedades– ocupan, en la moda actual, un lugar muy especial; es una prenda sufrida, soporta desgastes, desgarros y deslavados, no exige planchado ni limpieza meticulosa, resalta la forma del cuerpo y pone de relieve las caderas, las piernas y las nalgas, posee connotaciones sexy y anticonformistas (en sus orígenes fue adoptado por los jóvenes reacios a las normas convencionales), ha sido ilustrado por la música rock, a finales de los años sesenta representaba la contestación generalizada y la contracultura, se distancia del vestir aristocrático para imitar el mundo del trabajo... De aquí que se haya convertido en una prenda unisex⁵ a la que, para acentuar más estos aspectos, se le añaden piezas de colores, remiendos, se les hacen rotos y añaden flecos. Su uso es ya tan imprescindible que, incluso en los

⁵ La división de sexos cada vez se difumina más. Las mujeres visten pantalón, jean, cazadoras, esmoquin, corbata, botas, etc. Los hombres llevan pelo largo y pendientes, se pintan y perfuman (cosas antes prohibidas). Siempre, no obstante, se acentúan las diferencias entre hombre y mujer, sexualizando la apariencia: torax y bragueta masculinos y pechos femeninos.

momentos de «etiqueta» (conservadurismo), se viste con la corbata y la chaqueta.

Nos hallamos, pues, ante una nueva estética en la que confluyen tantos estilos y se mezclan tantas estéticas, que podemos afirmar que «todo vale», aunque no todo valga con la misma fuerza. Ya no hay moda, hay modas. «La sociedad postmoderna está demasiado ávida de novedades como para rechazar cualquier cosa»⁶.

2.7.- Esta avidez y afán desmesurado de novedades explican y justifican la actual fiebre del consumismo. El culto al cuerpo y la moda encuentran aquí, en el consumismo, su más plena realización. El afán de poseer es tal que no permite siquiera gozar tranquilamente de lo ya poseído. Las industrias producen artículos de escasa duración para así aumentar sus ventas, y las modas se suceden rápidamente haciendo inviable lo todavía útil. *Usar y tirar* es el lema y la realidad de nuestra sociedad («Kleenex», «Dodotis», envases no retornables, vasos y platos de un sólo uso, rollos de cocina, servilletas de papel, etc.) El hombre de hoy es un permanente renovador, goza más con lo efímero y transitorio que con lo permanente y duradero.

La joven, ante el armario repleto de ropa, dirá a su madre que no tiene nada que ponerse. Son muchos los vestidos que posee, pero ninguno es adecuado: son del año anterior, se los ha puesto ya varias veces, ya no se llevan, ninguna de sus amigas se lo ponen, etc. Hoy se necesita una indumentaria diferente para ir al colegio, otra para estar en casa, distinta debe ser según el deporte: correr o esquiar, la de ir de paseo o la de asistir a una fiesta. Además deben combinar los colores (bolso y zapatos, jersey y pantalones, blusa y falda, etc.), adecuarse a las distintas estaciones del año, y las prendas serán anchas o estrechas según la moda del momento. Y todo ello dentro de una gama variada para no ir siempre lo mismo. Hay que «estar al loro». Si a ello sumamos otras «necesidades» propias del mundo juvenil como excursiones, «ir de marcha», discotecas, bebidas, equipos de música (discos, cassettes, compact-disc), ordenador, etc. podemos afirmar que hoy estar «en la onda» no tiene límites.

Los medios de comunicación, de modo acelerado y permanente, nos crean necesidades innecesarias, ofreciéndonos, en cantidad y variedad, toda clase de productos de caducidad acelerada. Su poder de seducción es tal que se hace difícil resistir a su fuerza, pues en un mismo mensaje, directa o indirectamente, junto al bienestar y utilidad del producto, se ofrece también la distinción y pertenencia a un status social superior. De este modo, más o menos consciente-

⁶ G. LIPOVETSKY, *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona 1990, p. 153.

mente, el consumismo nos conduce a un materialismo hedonista y narcisista sin límites, en el que *tener*, gozar y aparentar vale mucho más que *ser*.

La publicidad, en sus distintos medios y modalidades, presente hoy en todos los grandes medios, alcanza sus objetivos consumistas «atacando» por sorpresa y suavemente, invitando provocativamente, pero sin agredir. Para ello, agita el deseo a la renovación permanente, se desvincula de lo tradicional, poetiza el producto e idealiza la marca, sacraliza lo nuevo y muestra el *look* social. Muy frecuentemente acompañan a sus mensajes cuerpos bellos y eróticos, situaciones placenteras de confort, virilidad o feminidad, juventud, sonrisa y dinamismo...

3. La religión postmoderna

Esta cultura de la calle, de fragmentación, de placer, de la relación social... tiene su fuerte incidencia en la educación religiosa. La vivencia religiosa actual bien podría definirse con esta expresión: «fragmentación y emoción a la carta».

Vivimos en un ambiente cultural de notable ausencia religiosa, denominada cultura de la secularización o del secularismo, de la increencia o del ateísmo o del pasotismo. «La vieja omnipresencia pública de la Iglesia –escribe Joaquín Luis Ortega– parece haberse esfumado. Los creyentes –y más en concreto, los católicos en España– antes organizados y conjuntados, andan ahora medrosos, como escondidos detrás de la mata. Algunos, en efecto, tienen la sensación de que por la superficie de nuestra sociedad ha pasado el Siroco. Y ya se sabe lo que ocurre en el desierto cuando el Siroco saca su genio a pasear. Que borra los pocos puntos de referencia que en la inmensidad del desierto ayuda a situarse, a orientarse. Aquel montículo, aquel matorral, aquella vereda...»⁷.

Ya la creencia religiosa ha dejado de ser fundamento cultural, ya no ejerce la función de unificación cultural, ni de cohesión social, aunque tampoco es motivo de lucha u hostilidad. Simplemente está ahí, sin fuerza, ni relevancia cultural y social. Como ya hace algunos años escribió Ruiz de la Peña, «quienes ahora hacen cultura en España y la dictan al gran público no son cristianos o, si lo son, no se les nota mucho, al menos en líneas generales y salvando siempre las consabidas excepciones»⁸.

La postmodernidad, débil y relativista, ha «descafeinado» la religión, ha minado su fundamento, ha pulverizado y suavizado su dureza y su vigor. Ahora la fe es un elemento más a elegir entre las partes de un espejo roto o de un

⁷ J. L. ORTEGA, «Más sal y menos perejil», *Cáritas*, octubre 1988.

⁸ J. L. RUIZ DE LA PEÑA, *Cultura y fe cristiana: Consideraciones informales*: Salmanticensis 31 (1984) 58.

búcaro quebrado, un elemento más en el «mercado de preferencias»⁹. Fragmentado el monoteísmo y la unidad de la fe (mandamientos, sacramentos y práctica), el hombre postmoderno puede elegir un elemento con independencia de los otros: se puede ser creyente y no practicante, divorciado y recibir los sacramentos, ateo y casarse por la Iglesia, o creyente y vivir un relativismo moral. «Mientras los diez mandamientos formaron un bloque, no cabía desenlazar el no matar del no fornicar, y este bloque ético o práctico, a su vez, no se podía aislar e independizar de la dimensión de culto o de creencia; hoy una y otra unidad han quedado rotas, pulverizadas»¹⁰.

Algunas cifras actuales, referidas a los jóvenes de nuestro país, confirman este tipo de religiosidad fragmentada y a la carta¹¹:

- Creen en Dios el 74%, pero en un Dios personal, sólo el 47% y en el Espíritu, el 26%
- Creen en el Cielo el 35%, pero en el Infierno, sólo el 18%.
- Asisten a misa dominical regularmente el 18%, no asisten nunca el 40%.
- Confesándose ateos, contraen matrimonio por la Iglesia el 18%, y católicos no practicantes, el 61%.
- El 14% de los jóvenes católicos muestran su adhesión al 6º mandamiento y el 16%, al 9º.
- Casi 2/3 de los jóvenes católicos abrazan sin reservas una moral de situación: «lo que es bueno o malo depende de las circunstancias».

Es evidente, pues, que ante la práctica religiosa nos encontramos, en múltiples casos, más ante una pura formalidad, costumbre o compromiso social,

⁹ J. CONILL, *Raíces de la increencia contemporánea: Razón y Fe* 218 (1988) 77; cf. P. GONZÁLEZ BLASCO-J. GONZÁLEZ ANLEO, *Religión y sociedad en la España de los 90*, S.M., Madrid 1992.

¹⁰ A. FIERRO, *La religión en fragmentos. Aportación al análisis de una sociedad postreligiosa*, Madrid 1984, p. 7; cf. P. UREÑA, *La postmodernidad está servida: Vida Nueva*, nº 1673 (1989) p. 34.

¹¹ Las cuatro primeras respuestas son de F. Azcona, (*Así son los jóvenes de hoy, o.c.*, pp. 28-32); los dos últimos datos, de J. González Anleo, (*Los españoles de hoy ante el hecho religioso*), publicado por la revista «Vida Nueva» en 1988. Otros estudios de la Fundación Santa María, correspondientes al año 1990, nos aportan los siguientes datos: a) El 95% de españoles ha sido bautizado, pero sólo un 72% se considera católico; b) España es el país de Europa con mayor número de agnósticos y ateos, después de Francia; c) Castilla-León es la región más religiosa, y Cataluña la menos; d) La cuarta parte de los que se declaran católicos no asisten casi nunca a misa, y un 17%, sólo en grandes fiestas; e) El 72% de los católicos españoles ha recibido la confirmación, pero la mitad no se confiesan nunca. P. GONZÁLEZ BLASCO-J. GONZÁLEZ ANLEO, *La Iglesia católica en la España actual: Vida Nueva*, nº 1.833, 14 de marzo 1992, pp. 23-31.

que ante un fundamento religioso de unidad y compromiso¹². La gente se casa en los templos, pero no siempre por la Iglesia; bautiza a los hijos, pero frecuentemente sin recibir el bautismo; va a misa, pero pocas veces recibe la Eucaristía...

La obra *Estadística de la Iglesia católica 1992*, publicada recientemente por la Conferencia Episcopal Española, refleja el alto porcentaje de personas que, declarándose católicas, viven alejadas de la práctica religiosa habitual: El 91.8% de los españoles se consideran católicos (incremento de 4.7 puntos respecto a los datos de hace 2 años); sin embargo, el número de los muy practicantes ha descendido del 13.4% del año 1990 al 10.8% en el año 1992.

La religiosidad postmoderna es así una religiosidad antropocéntrica, sociológica o ambiental, «a la medida», «a la carta», «light», «blanda», «baja en calorías». Es un «colage» o un «cóctel» que cada cual se fabrica según sus ideas, gustos, tradición o costumbre social, al margen de la fe en sí misma. En consecuencia, es una religiosidad determinada por las siguientes características:

a) *Ser extremadamente cómoda.*

Se cree en un Dios genérico, y puede que personal, pero sin compromiso alguno, ni individual ni social. Es un Dios que no crea exigencias, ni obligaciones, sino que más bien ofrece —a modo de supermercado— elecciones y decisiones que hagan más agradable el momento. Por eso, la vivencia religiosa siempre depende de... (frío, calor, TV., trabajo, etc.) Las circunstancias —tener ganas o no— son decisivas en la vida religiosa de nuestros jóvenes. La religión, al carecer de fuerza y de vigor, queda reducida al último puesto de la jerarquía de valores o intereses del sujeto. La expresión «no tenía gana» es una buena respuesta a la ausencia de cualquier actividad religiosa. La vida hay que vivirla, no cambiarla. Recientes estadísticas nos muestran que la mayor dificultad de los jóvenes para

¹² En la antigua República Federal de Alemania entre los años 1953 y 1979 la proporción de los que cumplen con el precepto dominical ha bajado entre los protestantes de un 18 a un 9%, y entre los católicos del 60 al 36%. Por el contrario, la proporción de protestantes que pocas veces o nunca va a la iglesia subió de un 49% en 1953 a un 69% en 1979; la proporción de católicos subió, entre esos mismos años, del 20 al 42%. Es interesante asimismo destacar que aquellos que han permanecido fieles a la Iglesia se sienten más vinculados a ella de lo que lo estaban en 1953, y en número más considerable participan activamente en el servicio de la Iglesia. Junto a la disminución de la asistencia a los templos ha disminuido también la fe cristiana. Así, por ejemplo, la creencia de otra vida después de la muerte se convirtió para muchas personas entre 1956 1971 en duda o en la seguridad de que con la muerte acaba todo (W. BREZINKA, *o.c.*, p. 117).

optar por la vida consagrada radica en el miedo a un compromiso definitivo (64%), seguido de la renuncia a la libertad (41%)¹³.

b) *Una religiosidad emocional y antiintelectualista*, consecuencia del desencanto de la razón y de la pérdida del fundamento. Ahora son los sentimientos, las inclinaciones, los impulsos, los que determinan la vivencia religiosa. Si en la modernidad la fe, para ser válida, debía justificarse ante la razón y acomodarse a la estructura científica, hoy, en la postmodernidad, la fe es emoción y vivencia, festividad y «banquete de boda», de cuya experiencia se goza y surge el conocimiento de Dios. El academicismo racionalista nada tiene que hacer en la postmodernidad. Como ya escribió Nietzsche, un dios de sufrimiento y de luto no es aceptable¹⁴. La religiosidad postmoderna no es de luto, ni de sacrificio, sino de afectividad y de fiesta. Por eso, se acentúan los aspectos vivenciales y subjetivos:

- la oración como experiencia sensible,
- el grupo cristiano como relación emocional,
- aspectos religiosos festivos: romerías, convivencias, procesiones, cofradías, pascuas juveniles...

- atractivo por los signos externos: medallas, imágenes, vestidos, emblemas... La proliferación de sectas religiosas en la actualidad obedece a estos mismos planteamientos de satisfacer intereses emocionales y sociales más que religiosos. En España suman ya medio centenar sólo las sectas destructivas, con 150.000 adeptos, aunque su influencia se extienda probablemente a otras 30.000 personas. Frecuentemente se disfrazan de religiones o asociaciones culturales: Cienciología, Niños de Dios o Familia de Amor, Hare Krisna, Edelweiss, Misión de la Luz Divina, etc.¹⁵

c) *Una religiosidad alejada de la Iglesia institución.*

No es que ésta despierte agresividad, más bien se trata de una increencia y falta de confianza en su organización e instituciones. Simplemente «pasan de ella» porque es un «tinglado» –como ellos dicen– nada convincente.

¹³ Datos ofrecidos en la XXI Semana Nacional de Vida Religiosa, organizada por el Instituto Teológico de Vida Religiosa de Madrid.

¹⁴ «No conocían (los sacerdotes) otra manera de amar su Dios que clavando a los hombres en la cruz. Pensaron vivir como cadáveres y vistieron de negro su cadáver; hasta en su discurso percibo todavía el olor malo de las cámaras mortuorias... Mejores cánticos tendrían que cantarme para que aprendiese a creer en su Redentor y más redimidos tendrían que parecerme sus discípulos» (F. NIETZSCHE, *Así habló Zaratustra*, Obras Completas, Prestigio, Buenos Aires, Vol. III, p. 422).

¹⁵ L. GONZÁLEZ CARVAJAL, *Ideas y creencias del hombre actual*, Sal Terrae, Santander 1992, p.174.

La Iglesia encuentra dificultades de adaptación a esta nueva mentalidad y cultura y ésta nada se interesa por encontrar puntos comunes con la Iglesia. De este modo, la incomunicación entre ambas mentalidades ocasiona un fuerte alejamiento y desconocimiento mutuo. La Iglesia y las jóvenes generaciones, la Iglesia y la nueva cultura, hoy por hoy, no se entienden. Los intentos de diálogo, allí donde se dan, son frecuentemente un diálogo de sordos.

Ello, por otra parte, no es nada extraño a los conocedores de la historia de la Iglesia. Recordemos al respecto el distanciamiento entre la Iglesia y la cultura en tiempos de Pío IX y Pío XI. El primero obligó a elegir entre ser católico o moderno al condenar, en el «*Syllabus*», la siguiente tesis: «El Romano Pontífice puede y debe reconciliarse y transigir con el progreso, con el liberalismo y con la civilización moderna»¹⁶. Como ya escribió Ratzinger, con los dos «*Sylabi*» de Pío IX y de Pío XI, la Iglesia «*se quitó a sí misma la posibilidad de vivir lo cristiano como actual*»¹⁷.

La separación Iglesia-cultura dificulta, cuando no impide, la evangelización del hombre del actual momento histórico, pues cuando la fe se expresa en categorías culturales del pasado se hace incomprensible para el hombre del momento. Tal dificultad la expresó ya Pablo VI al afirmar que «la ruptura entre el evangelio y la cultura es, sin duda alguna, el drama de nuestro tiempo»¹⁸. Y más recientemente Juan Pablo II, en su discurso en la Universidad Complutense (3-XI-82), declaraba que «una fe que no se hace cultura es una fe no completamente acogida, no totalmente pensada, no fielmente vivida»¹⁹.

d) *Una religiosidad carente de confianza en sus líderes.*

Sacerdotes y religiosos han dejado de ejercer, al menos mayoritariamente, funciones de orientación en el campo moral, religioso y educativo. Hoy dicha función es ejercida por psicólogos, médicos o pedagogos. Su prestigio, en cuanto líderes religiosos, ha desaparecido, y si aún existe en algunos, no lo es tanto por su condición sacerdotal o religiosa, cuanto por su preparación científica o prestigio personal. La falta de confianza en la institución repercute directamente en sus líderes. Y estos, sabedores de la situación, les cuesta «no sólo entablar un

¹⁶ D. 1780.

¹⁷ J. RATZINGER, *El nuevo pueblo de Dios*, Herder, Barcelona 1972, p.305. Citado por L. GONZÁLEZ-CARVAJAL, o.c., p.21.

¹⁸ PABLO VI, *Evangelii Nuntiandi*, 20 c.

¹⁹ CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA, *Juan Pablo II en España*, Madrid 1993, p.86.

diálogo físico, sino también psíquico y espiritual, desde la fe y el misterio de Cristo»²⁰.

La Iglesia-institución y sus líderes son percibidos por los jóvenes como algo perteneciente al pasado. Institución y personas al servicio de la tradición, del inmovilismo y frecuentemente, enemiga del progreso. Siguiendo el símil de los obispos vascos no es una nave espacial que conduce al futuro, sino un furgón en vía muerta que, a lo sumo, sirve para trayectos de corto recorrido. Tal vez hoy este anacronismo de la Iglesia con su tiempo los desengancha más que la misma mediocridad moral que les parece percibir en la comunidad cristiana. Hoy la Iglesia no despierta en los jóvenes tanta agresividad. Simplemente tienden a *pasar de ella*, porque es un tinglado que no va con la marcha juvenil.

No confían en la Iglesia, pero tampoco muestran una abierta hostilidad hacia ella; se entusiasman fácilmente con la figura de Juan Pablo II, pero se desentendían de sus enseñanzas, cuando –sobre todo en materia sexual y familiar– no es acorde con su mentalidad y ambiente social. Es el espectáculo y la figura de cualquier super-star: concentraciones, luz y sonido, fiesta... más que un mensaje comprometedor de vida. La figura del presbítero, como miembro de la institución, frecuentemente, también aparece ante los jóvenes como implicada y atrapada en este tinglado que hoy no llega a convencer. Difícilmente –como sostienen los obispos vascos– puede, por tanto, el sacerdote suscitar en los jóvenes un movimiento de adhesión a su estilo de vivir y a su tarea eclesial²¹.

4. ¿Qué y cómo hacer?

Ante esta cultura, diariamente sentida y vivida por buena parte de nuestra juventud, el educador y más aún el educador de la fe, necesariamente, se encuentra con el grave problema de qué y como hacer. La parábola evangélica del trigo que crece junto a la cizaña –si bien la cizaña es trigo para la postmodernidad– es, quizás, una imagen bastante gráfica de la convivencia actual entre la fe y la cultura postmoderna.

La *escuela paralela* coexiste actualmente con la escuela oficial, la educación formal con la informal, la educación religiosa escolar con los valores de la postmodernidad. Ante esta coexistencia, frecuentemente antagónica, nada tiene de extraño que en la juventud actual germine poco lo sembrado en la enseñanza

²⁰ SECRETARIADO DE LA COMISIÓN EPISCOPAL DE SEMINARIOS Y UNIVERSIDADES, *Sacerdotes para la nueva evangelización*, EDICE, Madrid 1992, p.14.

²¹ CARTA PASTORAL DE LOS OBISPOS DE PAMPLONA Y TUDELA, BILBAO, SAN SEBASTIÁN Y VITORIA, *Presbíteros diocesanos: una necesidad urgente*, Editorial Diocesana de San Sebastián 1991, p.5.

institucionalizada. La educación informal goza hoy de un mayor poder para inculcar valores que las clases y los textos escolares, por lo que es necesario *educar de otra manera*.

Una experiencia bastante generalizada y que, por tanto, necesita poca justificación es el abandono o «*desbandada*» de vivencias y hasta de conocimientos que se opera en nuestros jóvenes al concluir la E.G.B., el paso al Bachillerato y el tránsito de éste a la Universidad. Efecto éste común a quienes se educan en colegios de la Iglesia o estatales. El alto porcentaje de fracasos –vivenciales e intelectuales– nos manifiesta la necesidad de *educar de otra manera*.

Así titulaba la investigación que, sobre cultura y actitudes religiosas, realicé el año pasado en la Facultad de Teología de Granada²². Dicho trabajo consistió en la aplicación de un cuestionario elaborado con preguntas a nivel de E.G.B.²³ a la totalidad de los alumnos que iniciaban los estudios de Magisterio (586: 203 hombres y 384 mujeres). Los resultados obtenidos nos permitían afirmar la ineficacia de la Enseñanza Religiosa Escolar:

Suspensos	92.2 %
Aprobados	6.2 %
Notables	1.3 %
Sobresalientes	0.3 %

²² E. GERVILLA, *Educación de otra manera*: Proyección 169 (1992) 83–104.

²³ He aquí cada ítem con el porcentaje total de aciertos:

1.-¿Qué significa la palabra católico?	1.3
2.-En qué fiesta de los judíos murió Jesús?	37.8
3.-¿Cuál es el primero y último libro de la Biblia?	36
4.-¿Qué significa la palabra Evangelio?	40.4
5.-¿Quién escribió los Hechos de los Apóstoles?	2
6.-¿Qué significa el color litúrgico morado?	20.6
7.-¿Qué papa convocó el Concilio Vaticano II?	11.2
8.-¿Qué sacramentos son de la iniciación cristiana?	25.2
9.-¿Cuántos libros tiene la Biblia?	6.8
10.-¿Qué es la «Visita ad Lámina»?	1.7
11.-¿Qué virtud hace referencia a la vida eterna?	3.7
12.-¿Qué significa que María es Inmaculada?	44.3
13.-¿Cuál es el Evangelio más mariano?	3
14.-¿Qué es caritas?	68
15.-¿En qué monte realizó Dios la Alianza?	42.4
16.-¿Quién escribió el Apocalipsis?	12.2
17.-¿Qué Papa sucedió a Pío XII?	16.7
18.-¿En qué lugar crucificaron a Jesús?	45
19.-Los obispos son sucesores de	24.4
20.-¿Qué significa la palabra Eucaristía?	3

Las actitudes (positivas y muy positivas) nos ofrecían los siguientes resultados:

Dios	88.3 %
Sacramentos (Penitencia y Eucaristía)	45.2 %
Educadores y Ministros	40.1 %

Sin pretender generalizar más de lo que nos dicen estos datos, parece lógico afirmar que estos bajos porcentajes de éxitos en una empresa de tanto capital físico y humano, reclama un profundo cambio, que no consiste en suprimir, sino en reformar radicalmente una educación formal que, por ofrecer unos valores en abierta oposición a la educación informal y no formal, ha de buscar nuevos cauces, métodos, argumentos y justificaciones. La rapidez de los cambios sociales y axiológicos reclaman, al igual que una nueva evangelización, una nueva educación que también se fundamente en un nuevo ardor, un nuevo estilo y una nueva metodología.

5. Principios pedagógicos para educar en la fe en la actual cultura postmoderna

Principio es, en su acepción más genérica, todo aquello de lo que algo deriva o procede de cualquier modo. En nuestro caso, denominamos «principios pedagógicos» a aquellas ideas fundamentales que se encuentran en el origen o principio del proceso educativo y que son susceptibles, de diversos modos o maneras, de realización práctica. «Hay lo que hay», y a partir de lo que es, de la realidad, hay que intervenir en ella hasta lograr «el deber ser» cristiano. Así pues, la educación de la fe en nuestra cultura postmoderna, debería, a nuestro entender, partir, en el inicio del proceso educativo, de:

5.1. La religiosidad «light» y fragmentada del joven postmoderno, la aceptación de su Dios, para llegar al Dios de la revelación. De este modo evitaremos el rechazo ya desde el inicio al mismo tiempo que seguiremos aquella orientación de nuestra fe al no apagar el pavilo humenante, ni quebrar la caña cascada.

5.2. La desconfianza en la Iglesia-institución y en sus líderes -la realidad pecadora de la Iglesia- para llegar, desde esta situación, a la dimensión divina de la misma. Hoy más que nunca es necesaria la separación entre el mensaje (santo) y el mensajero (pecador), para que los defectos de éste no repercutan en

aquél. La identificación de ambos acarrea fuertes crisis y a bandonos de la fe en nuestros jóvenes²⁴.

5.3. El valor positivo del «culto al cuerpo», su sentido estético, hedonista y de goce sexual, para rescatar el valor positivo del cuerpo y del sexo integrados en la persona «imagen y semejanza del Creador». Frente a opiniones que confunden, es necesario insistir que el mensaje cristiano no rechaza el cuerpo, ni el sexo, simplemente limitan su goce por la dignidad y excelencia que estos poseen.

5.4. El valor de la afectividad frente al desencanto de la razón, pues Dios mismo es amor y sin amor no hay religión. Es necesario, no obstante, clarificar el sentido cristiano de esta afectividad, pues partiendo de la experiencia religiosa (grupos, cofradías, convivencias, pascuas juveniles...) es posible llegar a la formación intelectual de la fe, a su justificación y compromiso.

5.5. La racionalidad de la fe hasta donde sea posible, ya que creer no irracional. Es necesario informar y formar en una actitud de lucha intelectual que salga al paso de las dificultades y verdades parciales que frecuentemente se oyen en los medios de comunicación social. Hoy no podemos prescindir del combate intelectual de la fe.

5.6. Textos escolares y catequéticos, que por sus contenidos y metodología, sean medios de adquirir un «saber con sabor», que, relacionados con los intereses del educando y con el momento histórico, aporten orientaciones cristianas a los problemas de hoy. La aceleración con que actualmente se producen los cambios demanda del educador una actitud de permanente búsqueda. Lo nuevo rápidamente se hace viejo.

5.7. La pluralidad ideológica y axiológica debe ser el punto de partida para lograr, la aceptación de un mensaje presentado como conjunto de verdades jerarquizadas. Ello permitirá al educando disentir de lo cuestionable, criticar y oponerse a ciertas opiniones o conductas de miembros de la jerarquía eclesiástica sin considerarse, por ello, fuera de la Iglesia.

5.8. El relativismo moral hasta conseguir un objetivismo axiológico que forme a la persona en una autonomía moral, capaz de discernir jerárquicamente el bien y el mal, a la luz de la palabra de Dios y las orientaciones de la Iglesia. Ello haría «adultos en la fe», con conciencia y juicio propios, ante la pluralidad

²⁴ E. GERVILLA, *El valor de la crítica en la Iglesia: el mensaje y el mensajero*: «Fiesta», nº 35, julio 1993, p.6.

de opiniones hoy reinante en la Iglesia, que, buena en sí, desorienta ante la heteronomía moral.

5.9. El placer como bueno, para mostrar la necesidad del esfuerzo, como medio imprescindible para escapar de los vicios y alcanzar la formación y el equilibrio personal, sin el cual no es posible la libertad, ni la felicidad. Sin esfuerzo hoy, en una sociedad competitiva, poco o casi nada de valía es posible alcanzar. Es necesario saber conjugar el esfuerzo y el placer en el currículo o carrera para poder, sin viciarse, llegar a la meta.

5.10. Mostrar la falsedad del «todo vale si me gusta», pues vale igualmente para el rico y para el pobre, para el sabio y el ignorante, para el poderoso y para el débil... por lo que el rico, el sabio y el poderoso se impondrán sobre el pobre, ignorante y débil. Ello conduciría, al menos en múltiples casos, a un dictadura económica, intelectual o política, dominando la ley del más fuerte.

5.11. Recuperar vocablos de resonancia positiva entre los jóvenes, tales como progreso, libertad, felicidad, estar al día... cuyo uso, ya captan la atención de los oyentes y muestran una especial atención y atractivo.

En *síntesis* pues, y siguiendo la parábola evangélica, la levadura ha de estar en la masa, y no sólo junto a ella, para hacerla fermentar. La fuerza de la fe ha de estar presente en la cultura actual de la postmodernidad si quiere –al menos tener la posibilidad– de hacer de ésta una cultura cristiana. Desde esta «encarnación» fe y postmodernidad pueden dialogar juntos buscando ambos la verdad y el bien, fuera de toda imposición autoritaria, pues como ya afirmó el Concilio Vaticano II, «la verdad no se impone de otra manera que por la fuerza de la misma verdad»²⁵.

Enrique Gervilla Castillo

²⁵ *Dignitatis Humanae*, 1 c.