

JOAQUIN M.ª GARCIA DE DIOS

ESTRATEGIAS PARA LA FORMACION RELIGIOSA (8)

La información

toda la fuerza de la información está en la calidad del informador o en la calidad de sus recursos informativos.

Quizás la clave del éxito reside en el talante receptivo y activo de quien va a recibir la información. Es más efectivo que el destinatario quiera la información que el informador esté empeñado en informar. Y, por otro lado, sabemos de sobra que la «receptividad», en las categorías de Bloom, está en la base de todo proceso de creación de nuevas actitudes.

Por eso ¿cuáles son los estilos de información desde el punto de vista de la actividad del receptor.

1.ª LA INFORMACION-RESPUESTA

Quando un grupo de alumnos ha trabajado suficientemente un tema, cuando ya tiene un enorme número de

Nadie se inventa su propia fe. Antes de adquirir un compromiso, sobre todo si existencialmente es importante, uno quiere y debe informarse de aquello a lo que se va a comprometer.

Antes se decía: «Fides ex auditu», la fe la tienes que recibir «oyéndola», dándotela alguien que la testimonia con una información que será de palabra y de vida.

Y aquí radican las tres grandes variables de la estrategia INFORMACION:

Como dijo alguien que inventó una parábola sobre «El sembrador que salió a sembrar su semilla...» en el proceso de las cosechas hay dos cosas fundamentales:

1.º el campo: cerrado (camino), pedregal, espinoso o abierto y acogedor.

2.º la semilla: válida o ya estéril.

3.º el modo de la siembra acomodando la semilla al campo y utilizando los recursos más adecuados para garantizar la cosecha.

La estrategia INFORMACION se preocupa de la calidad de la semilla y del modo de la siembra porque toda información tiene unos contenidos formales pero tiene, además, la vida y las características del informador que es una información más válida que dichos contenidos porque, algunas veces, la vida está siendo la contrainformación, mientras que otras muchas la vida del informador está revalidando y dando realismo a esa misma información.

Por eso la evangelización se apoya en el testimonio de los evangelizadores.

Y por eso los que están a la contra se preocupan de desacreditar al mensajero prefieren desacreditarlo a matarlo, porque matarlo es convertirlo en el testimonio más válido = mártir / testigo, con su vida, de la información que iba propagando.

Cuatro estilos de informaciones efectivas

Puede resultar un equívoco creer que

Descripción abreviada de la estrategia

Slogan:

La verdad te hará libre.

Bases:

Es inútil luchar contra la realidad: siempre acabará recuperando su sitio.

Es apasionante ir conociendo progresiva y solidariamente la realidad que somos y en la que vivimos.

Es fecundo y lleno de posibilidades apoyarse en la realidad para seguir investigándola y conociéndola creativamente.

Objetivo:

Ayudar a los demás a conocer el mundo en que vivimos.

Aportar datos reales, puntos de vista válidos para las tomas de decisiones que tengamos que hacer.

Recursos:

Las clases magistrales.

Los sermones, las conferencias...

Las clases activas donde los alumnos van investigando la información.

Algunos slogans y reclamos publicitarios o propagandísticos...

Efectividad:

Sólo informa realmente:

Lo que cada uno logra recibir y retener.

Lo que refleja la realidad de las cosas y de las situaciones.

Crisis:

La confusión de información con:

Colonización

Dogmatización autoritaria

Sedución

Interpretaciones subjetivas

Sofismas oportunistas o partidarios y cualquier otro «equivoco informativo».

Objeción:

¿Y cómo puedo yo garantizarme que las informaciones que recibo y a las que tengo acceso son fiables?

Frecuencia:

En el mundo de la catequesis pastoral, formación religiosa y actividades afines, fácilmente un 80% de la actividad acaba haciéndose desde esta estrategia (combinándola con alguna otra que la adjetiva).

preguntas sobre ese tema, la información (conferencia, clase magistral...) resulta dinámica y motivadísima, porque ellos tienen preguntas y la información aporta las posibles respuestas.

2.º LA INFORMACION-PREGUNTA

Aquí el informador sigue otro itinerario más que aportar, formular o sistematizar respuesta, logra que el público se formule preguntas que nunca se había formulado se trata de abrir caminos a nuevas inquietudes e interrogantes.

Tanto más éxito se tendrá cuanto se logre que los oyentes se acerquen a sus «interrogantes más vitales».

3.º LA INFORMACION-GUIA

Respecto a un tema, el informador lo que hace es brindar una guía de estudio o de trabajo de investigación, para que la información sea el resultado pero el desafío no es ciego ni frustrante, sino que anima a recorrer ese camino.

Se trata de presentar los aspectos más significativos que merecen estudio, la documentación que puede emplearse en la investigación, la preocupación que existe en otros sitios por el tema, la participación posible en la mejora de esa situación...

Se trata, sobre todo, de presentar experiencias, noticias, esquemas simples y elementales para que, partiendo de ahí, cada grupo de alumnos escoja su forma de trabajo.

4.º LA INFORMACION-INFORME

Se trata de comunicar una síntesis.

Se trata de presentar los resultados (personales o ajenos) de todo lo que se puede SABER sobre un tema. Y, quizás también, de presentar las posibles actitudes de respuesta o compromiso que se pueden adoptar ante esa información: *saber ser*. Y todavía se puede llevar el informe más lejos y presentar cuáles son los comportamientos que son «señal» de que se está viviendo con las actitudes antes descritas.

Y la *información* acabaría aquí. Cualquier otra añadidura (animar, poner modelos para imitar, recurrir a experimentarlo para convencerse...) sería recurrir a otras de las estrategias que hemos reseñado anteriormente.

Las cualidades de una buena información

UNA BUENA INFORMACION ES:

Bien informada: con datos ciertos y sus fundamentos o con hipótesis sufi-

cientemente apoyadas y presentadas como hipótesis.

Lo contrario es una información sin datos y sin fundamentos.

Honesta: presentando los aspectos que la avalan y los que la contradicen y, normalmente, citando las fuentes y la garantía de dichas fuentes.

Lo contrario es una información parcial apoyándose sólo en los datos que la favorecen e ignorando u ocultando los que la contradicen.

Autorizada: apoyada en personas que son una autoridad por dominar a fondo el tema del que hablan. Sabiendo, además, que la autoridad es un apoyo extrínseco a la información.

Lo contrario es una información que no la defienden personas que son expertas en el tema (aunque las defiendan otras autoridades por ejemplo tener autoridad moral, civil o militar no **autoriza** una información científica).

Científica: apoyada en el estado actual de la investigación sobre el tema respetando los límites de lo que se sabe y lo que todavía no se sabe sobre el tema.

Lo contrario es: una información que, no sólo es ignorante o dogmática, sino engañosa, dando como cierto lo que no es más que una persuasión o deseo personal y dando como comprobado lo que no es ni siquiera una hipótesis de trabajo científico sino una imaginaria posibilidad.

Pedagógica: una información adaptada (en lenguaje y profundidad) al nivel de las personas a las que va dirigida. Con contenidos muy precisos y asequibles. Con razonamientos muy escalonados. Habiendo tenido en cuenta los intereses concretos de los oyentes para responder a sus expectativas atinando con resolver las dificultades que la misma explicación puede ir suscitando y con resúmenes oportunos que vayan apoyando el mecanismo de la memoria para que pueda retener con utilidad lo más fundamental de la información.

Lo contrario es (o puede ser): embarrullada, temperamental, sin pensar para nada (lenguaje, ritmo, finalidad, profundidad...) en los que se tiene delante, de desahogo (no de información), de seducción (no de información), de polémica (no de información), de amenaza (no de información)... Tantas y tantas maneras de pseudoinformar que «sientan cátedra».

Vulgarizadora: que hace comprensibles los resultados y las investigaciones de la ciencia traduciendo sus lenguajes,

aplicando los logros científicos a las situaciones que conocen los oyentes o lectores.

Lo contrario es: recóndita, inasequible, esotérica, tan llena de obstáculos para la comprensión que ya no resulta información.

Abierta: al diálogo, a la polémica, a nuevas informaciones divergentes, laterales, incluso contradictorias.

Lo contrario es la información cerril y cerrada, que dogmatiza excluyendo.

UNA ACTIVIDAD SUGERIDA

Todos hemos recibido (bueno, nos han dado, hemos aguantado, hemos tenido y hemos recibido también) muchísimas informaciones a lo largo de la vida sobre temas religiosos.

Todos recibimos (aguantamos, tenemos, recibimos) muchas informaciones cada día, sobre temas religiosos.

Se trataría de hacer una doble experiencia:

DESDE NUESTRO PASADO:

Elegir tres o cuatro temas religiosos (Dios, Iglesia, Más allá, Jesús, Pecado...).

Resumir qué información precisa hemos recibido sobre ellos.

En qué se apoyaban esas informaciones.

Y qué juicio nos merecen hoy día las informaciones recibidas sobre esos temas.

Se puede, también, comparar la información que hoy tenemos sobre esos temas con la que nos fueron dando distintas personas en distintos contextos del pasado.

EN NUESTRO PRESENTE:

Se trataría de elegir tres o cuatro artículos sobre tema religioso, acudir a tres o cuatro iglesias y escuchar las homilias y acudir a una o dos conferencias sobre temas de religión y hacer un análisis de las características que están teniendo dichas informaciones, contenidos, objetividad, nivel y calidad científica.

Pueden ayudar las características presentadas en este artículo a cualquier otro listado que se pueda promocionar casi en un bombardeo de ideas: «Una información puede ser...».