

Recensiones

71034 DEBARGE, LOUIS: **Psicología y pastoral**. Versión castellana de Josep A. Pombo. Herder, Barcelona, 1970. 312 pgs.

Tras haber afrontado con honradez las posibles ambigüedades inherentes a una "psicología pastoral", el autor arremete con una serie de puntos esenciales en la vida religiosa y en la consiguiente pastoral, a los que la psicología puede ofrecer una serie de referencias esclarecedoras. No pretende el autor "sentar cátedra"; de una manera más modesta pretende poner al alcance de la gran mayoría de los pastores religiosos, ajenos a la creciente especialización de la psicología, algunas consecuencias importantes de esta ciencia.

Nos parece un excelente acierto que el autor comience por derribar una serie de mitos, más o menos implícitos en la acción pastoral de no pocos sacerdotes y religiosos: el mito del hombre universal, del hombre racional, de la necesidad religiosa, del buen cristiano. En otras palabras, una desmitificación de la pastoral, todavía anclada en estereotipos anacrónicos y, ciertamente, perjudiciales. Tras haber purificado el "clima" pastoral, el autor intenta desbrozar, apoyado en la psicología profunda, ciertos planteamientos de psicología religiosa. En esta parte notamos el influjo de Vergote. Todo ello conduce a una "pastoral diferencial", que debe basarse en modelos funcionales y genéticos adecuados. El esquema que nos ofrece de éstos el autor nos parece sencillamente magnífico. El capítulo sobre las relaciones humanas y las relaciones públicas en la pastoral, aunque interesante y bien estructurado, nos parece un poquito superficial. No así el capítulo dedicado a las técnicas de grupo, que presenta uno de los mejores resúmenes que conocemos sobre el inmenso caudal de investigaciones existentes al respecto.

Los dos últimos capítulos están dedicados a un examen de la propaganda y de la publicidad, y su posible utilización en la pastoral. Temas arduos y delicados, dada la pesada carga ética que en la actualidad social ambos temas comportan. No ignora el autor esta problematicidad, antes

al contrario, la afronta sin ambages. Tras haber examinado cuidadosamente los principales métodos, tanto propagandísticos como publicitarios, sus implicaciones filosóficas y sociales, el autor llega a esta conclusión que encontramos satisfactoria: el sacerdote debe utilizar ciertamente la publicidad. Pero "debe guardarse: 1º de manipular a la gente de una manera desleal; 2º de recurrir a sus necesidades inferiores. Debe abstenerse de copiar servilmente la publicidad comercial, que se dirige con harta frecuencia a los aspectos más superficiales o a las zonas profundas más confusas de la personalidad" (pg. 289).

En resumen, una magnífica confrontación de psicología y pastoral, cuya continuación, anunciada por el autor (pg. 292), esperamos con gran interés. I. M. B.