

# DE LA DESCONFIANZA, AL AMOR

(Consideraciones sobre la actitud de los católicos ante el cine)

Por José María GARCIA ESCUDERO

## incunabile

PERIODICO SACERDOTAL Número 129 - Febrero 1960 - Redacción: San Pablo, 17 - Salamanca

Administración: Vallehermoso, 38 - Teléfono 57.600 - Partado 10.059 - Madrid, 15

VOLUMEN III SUSCRIPCIÓN ANUAL: 75 PESETAS - EXTRANJERO: 1,50 DOLARES NÚMERO SUELTO: 8 PESETAS

Depósito Legal: M. 677-1958.

JOSÉ María Pérez Lozano, en su libro "Un católico va al cine", resume de esta manera la evolución de los católicos:

1. Indiferencia ante el nacimiento y primera expansión del cine.
2. El cine es un instrumento del demonio. Es malo en sí. Hay que luchar por destruirlo.
3. El cine es algo tan extendido, tan importante, que hay que aceptarlo, aunque sea de mala gana. No cabe pensar en su destrucción, pero procuremos abstenernos de él. En las proyecciones no encontraremos provecho alguno y sí serios riesgos.
4. Sin duda, el cine es el mayor espectáculo de nuestro siglo. Estudiémoslo. Acerquémonos a él, pero con cautela. Manejamos líquidos inflamables. Establezcamos una censura. Es el fruto lógico de esa postura negativa, de paso a nivel.
5. El cine es de Dios. No podemos conformarnos con raquíticas posturas negativas, de clasificaciones morales y discos rojos. Vayamos a la conquista del cine para el bien.

Agrega el autor mencionado que desde hace unos diez años los católicos de todo el mundo parecen decidirse claramente hacia la última actitud. ¿Pero cuál es exactamente su posición actual? No voy a refe-

rirme a los católicos del mundo; voy a hablar de nosotros.

Pues bien: que el cambio haya empezado hace relativamente muy poco tiempo, explica que no se refleje aún en la masa católica. El católico medio, aún, o se desentien- de de su fe en cuanto espectador, o, si es practicante, lo único que hace (y hace bien, pero no basta) es fijarse en el número (antes en el color) de la película; o no va a ver películas, salvo, de uvas a peras, alguna de santos, de curas o de monjas, que le han recomendado personas de absoluta garantía. Naturalmente, esto de no ir es para los menos; no es tan fácil vivir de espaldas al tiempo en que se vive; pero lo significativo es que, aunque nuestro católico medio vaya al cine, en el fondo considera más perfecto no ir, aunque él no se sienta capaz de tamaña perfección.

Esta idea es una consecuencia de la idea que se le ha inculcado de que el cine, aun en el mejor de los casos, no está enteramente bien, es un tanto impropio y constituye, en suma, un mal menor, que se tolera, pero que no se desea, y del que ojalá pudiéramos vernos libres en absoluto. ¿Fantasías mías? Veamos algunos ejemplos.

(Pasa a la pág. 8.)

## LA FEDERACION DE SALAS Y SU EFICACIA APOSTOLICA

Por el Excmo. y Revdmo. Sr. D. Rafael González Moralejo,  
Obispo Auxiliar de Valencia.

POR la enorme facilidad de reproducción de sus cualidades técnicas y artísticas; por los cuantiosos medios económicos puestos en juego para su comercio; por la nula o elemental preparación exigible para percibir o asimilar sus efectos, aunque sea torcidamente, y por otras mil causas que no es del caso enumerar, resulta hoy el cine uno de los medios más eficaces de difusión y penetración que existen.

Quizás el que más. Superior incluso al de la propia Prensa, puesto que ésta necesita una previa preparación cultural, aunque sea mínima, para poder captar directamente todo su contenido, mientras que el cine requiere ojos para ver, oídos para oír (modernamente parece que hay indicios de que se intente entre en juego también el sentido del olfato) y pasiones que despertar, que, como humanos, por desgracia, todos poseemos, aunque sea latentemente.

No vale la pena detenerse a rechazar la idea de que sea el cine en sí un medio o elemento de progreso puesto al servicio de la impiedad.

Ni insistir de nuevo en que los católicos no le hemos prestado la atención que merece. Lo cierto es que hoy se encuentra en su mayor parte en manos, si no impías, que no tienen demasiada preocupación moralizadora.

Es lo económico y solamente lo económico lo que determina, en muchísimos todavía, el negocio del cine. Y en no pocos casos, aunque se busca el bien, es porque también resulta negocio material, utilizado como medio y no como fin.

Se está dando, sin embargo, en nuestro tiempo una evolución evidente. Se trata de intervenir, de la manera que pueda resultar más eficaz, en el control de este formidable instrumento, en potencia, de apostolado.

### EL PROBLEMA

Aun alabando los nobles esfuerzos que tratan de paliar y aun de elevar el nivel de producción por medio de Cine-clubs, conferencias o artículos más o menos eruditos, siempre dirigidos a una reducida minoría, es necesario reconocer que la producción cinematográfica está destinada a la masa y en el mayor porcentaje de la misma ha de surtir sus efectos, por lo que su eficacia estará en relación muy directa con la cantidad de gente sobre la que se pueda influir.

Si el propio Jesucristo recurrió, como elemento más eficaz de predicación, a la parábola, que, con su sencillez, obtuvo la eficacia suprema de su apostolado, no estará de más, sin descender a vulgaridades chabacanas, que se procure al cine expresar incluso infantilmente su mensaje, puesto que intelectualmente infantil es la mayor parte del elemento receptor. Si nuestros grandes apóstoles, San Vicente Ferrer, pongamos por caso, vivieran en nuestra época, no dudarian en utilizar el cine para su labor. Y puestos a utilizarlo, no echarían mano precisamente de las películas de Cine-club.

Para llegar al contacto masivo con el pueblo no encuentro más que dos procedimientos, positivo el uno y negativo el otro. Consistiría el primero, evidentemente, en producir, pero producir en cantidad y de tal manera que los productores con sana intención lleguen a tener influencia preponderante en el mercado hasta casi absorberlo, cosa hoy prácticamente imposible, puesto que el volumen de los intereses económicos puestos en juego hace irrealizable un intento de control por el procedimiento de la libre competencia.

Sólo en España se estrenaron durante el año 1958 trescientas cuatro películas. No es aventurado calcular que el nivel medio del coste de la puesta en explotación de cada una de ellas es de cinco millones de pesetas. Y es evidente que el suministro de un pequeño porcentaje de esta producción supone inversiones prácticamente hoy inaccesibles a nuestros medios.

El procedimiento que llamo negativo lo juzgo, hoy por hoy, el único eficaz y viable, y voy a tratar de exponerlo recurriendo, para mayor claridad, a expresar en términos comerciales.

### HACIA UNA SOLUCION

Para que el comercio sea posible existen dos fases fundamentales: la producción previa del objeto de venta, y la venta en sí, sin la cual resultaría inútil lo primero.

En el negocio cinematográfico la materia de venta son las películas. Pero no servirían para nada si no existieran los establecimientos, llamémosles de venta, que son los locales de exhibición. El fabricante de películas puede hacerlas a su libre albedrío, sin más limitaciones que las que las leyes en vigor le impongan; pero nadie puede negar que el exhibidor, en el libre ejercicio de su función, es el único que puede imponer condiciones particulares, con arreglo a un criterio que puede adoptar libremente. Si todos o una mayor parte de estos exhibidores se negaran a explotar cualquier película que no estuviera en condiciones morales de venta, al fabricante o productor no le serviría para nada su mercancía.

¿Difícil? Sí. Pero es mucho más difícil llegar a las altas esferas de los grandes complejos industriales de producción que aunar las voluntades de quienes median en el ciclo de la explotación, imprescindibles en la total realización del proceso comercial, pues ello no requiere movilización de otro capital que no esté ya invertido. Será suficiente que estos exhibidores o una parte de ellos se nieguen a cooperar en la realización de un negocio para que éste resulte negativo o menos remunerativo en sus resultados.

He ahí la gran posibilidad, hoy por hoy, de influir en el negocio cinematográfico. Está más al alcance de nuestra pretensión el exhibidor que el productor. Es más fácil asociar a nuestros deseos al modesto que desea cooperar que al encopetado capitalista productor que, por la cuantía de los intereses puestos en juego, es menos propicio a consideraciones de tipo moral. Si se le fuerza, sin embargo, no tendrá más remedio que someterse a la voluntad del exhibidor, al que necesita, y la medida de la fuerza de éste, aunada o federada, estará en relación con la eficacia de su intención.

El día que las posibilidades de explotación de una película en España dependan de la buena o mala acogida que tenga por parte de cierto número de exhibidores unidos, no tendrán más remedio sus importadores o productores que mirar bien las calidades morales que se les exijan para obtener un mejor o peor negocio.

Si logramos federar en organismos adecuados a un importante número de exhibidores, se conseguiría, sin necesidad de costosas inversiones, hacer pensar a cualquier productor o importador de películas sobre la conveniencia de efectuar sus operaciones de acuerdo con las exigencias de los exhibidores, que, en definitiva, son los que revenden su mercancía. Y cuando una producción, moralmente deficiente, cuente con menos posibilidades de explotación, porque haya un número considerable de locales que se nieguen a exhibirla, el productor se acomodará a esta exigencia en la medida que su negocio se vea forzosamente merchado por tal circunstancia.

¿No es evidente que hoy mismo los distribuidores buscan con preferencia las películas oficialmente autorizadas para todos los públicos por sus mayores posibilidades de explotación?

### YA ESTA EN MARCHA

Se ha iniciado en España, en principio sólo en algunas zonas, pero con posibilidades de extenderse a todo el ámbito nacional, esta federación de locales. Y cuando apenas tiene potencia, ya se dejan sentir sus efectos. Manifestaba, no ha mucho, el Padre Landaburu, S. J., Delegado Nacional de Cine de la Comisión Episcopal Española, que son varias las distribuidoras que se le han acercado con la pretensión de que visionen las películas antes de efectuar una compra para evitarse, en lo posible, la adquisición de material que pueda resultar moralmente mal calificado. ¿Está clara la eficacia del procedimiento?

Apenas si dispone de una mínima fuerza y ya preocupa a los distribuidores. Quizá no todos se avengan por convicción; algunos tal vez piensen sólo en la posible merma de su negocio. Pero, en todo caso, estos motivos, cuando no haya otros, son suficientemente válidos para lograr una moralización de nuestras salas.

No es verdad que las películas de calificación moral negativa tengan por este solo hecho una mejor aceptación del público, incluso del deficientemente formado. La masa en general no acoge mejor una película inmoral; se guía por sus calidades, por sus efectos técnicos, espectaculares o emocionales, con tal de que pueda captarlos con sencillez, sea cualquiera la calificación moral que se le ofrezca.

Pero contribuir a que las salas de exhibición se unan al movimiento ya iniciado por un grupo de excelentes apóstoles en favor de una más alta exigencia en la moralidad de las películas es tanto como multiplicar la eficacia y las posibilidades apostólicas de esta poderosa realidad de nuestro tiempo que es el cine.

