

ES HORA DE VALORAR LA CATEQUESIS MULTIMEDIA

Que sean las imágenes, más que los conceptos, las que comuniquen la paradójica belleza de la vida nueva en Cristo (Papa Francisco)

Pandemia, nuevas tecnologías, pastoral y catequesis

La pandemia Covid-19 ha puesto en jaque a toda la sociedad para ponerse al día en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), y en todos los aspectos de la vida cotidiana (relaciones personales, teletrabajo, comercio, etc...). También para la Iglesia ha supuesto un gran desafío pastoral. En todos los ámbitos de la acción eclesial, desde el litúrgico al catequético, pasando por la formación, la acción caritativa y la comunicación en el seno de la comunidad cristiana.

En el contexto de un proceso tímido y lento de incorporación de las NTIC en la vida pastoral, los confinamientos como estrategia para frenar la expansión de la pandemia, han supuesto un importantísimo cambio de ritmo y, fuerza obliga, las instituciones eclesiales han tenido que acelerar el proceso de puesta al día para el uso de las NTIC. Lo que más ha saltado a los MCS ha sido su uso para la transmisión de las celebraciones litúrgicas, sobre todo de los *streaming* a través de canales de Youtube. Pero el desafío va mucho más allá de esto.

Es más, curiosamente, la proliferación a mi modo de ver innecesaria de transmisiones de las misas parroquiales por estos canales, en gran medida han respondido más a otros factores que no aprobarían un examen de mínimo discernimiento pastoral. Si las televisiones y los canales diocesanos ya responden a la demanda de seguimiento de las celebraciones, sólo caben dos razones del empeño, no de todas, pero sí de la gran mayoría de las demás transmisiones "particulares": el afán por mantener como sea las rutinas celebrativas y la feligresía como "rebaño particular", y la resistencia a asumir la oportunidad de un "ayuno" de actividades y celebraciones en el contexto de la nueva situación, en lugar de reconocer la oportunidad para revitalizar y visualizar la realidad de la familia como Iglesia doméstica, de su capacidad celebrativa, así como el valor de la Liturgia de la Palabra.

Las comunidades cristianas se han tenido que poner las pilas a la hora de usar los diversos sistemas de video-conferencia que ofrece internet para sus reuniones, incluidas las formativas y las organizativas, como son entre otras las reuniones de catequistas. Pero con eso no basta, evidentemente. Tendremos que hacernos a un nuevo modo de relacionarnos si, como nos dicen los expertos, los brotes de esta misma pandemia o el previsible surgimiento de otras pandemias harán que sea habitual la llegada de temporadas más o menos largas de restricciones de la vida considerada hasta ahora normal, o incluso de exigentes confinamientos.

Esta "conversión" un tanto forzada a las NTIC por parte de la Iglesia, no es fácil, y requiere amplitud de miras y un discernimiento adecuado para saber adecuarlas a las necesidades no sólo permanentes de la vida pastoral, sino también al resto de los nuevos escenarios que esta situación nos exige. Por ejemplo, no tendría mucho sentido acometer una actualización de la catequesis a las nuevas tecnologías sin tener en cuenta algunos desafíos fundamentales para la misma: el necesario despertar de la catequesis en familia, la comunicación interpersonal y de grupo en la catequesis, el acompañamiento de los catequistas, y el modo de configurar la vinculación de catecúmenos y catequizandos a la comunidad cristiana más amplia. Amén de otros retos como son el situar en el nuevo escenario pandémico el empeño en diferenciar la formación religiosa escolar de la catequesis, dado que el ámbito educativo se enfrenta también al mismo desafío de ajustarse a las NTIC. O el más importante: como situar en el nuevo escenario el proceso de conversión de una catequesis instructiva a una catequesis de procesos de iniciación cristiana.

Pero de todos estos grandes desafíos no tratamos en este artículo, pues al menos para el que suscribe requieren una más honda observación y reflexión. En cambio, si que proponemos recuperar algunas cuestiones que ya antes de la pandemia suponían un

reclamo para la incorporación de las NTIC a la catequesis, no sólo en el nivel metodológico, sino en el nivel pedagógico (previo en el orden de la reflexión y la fundamentación al metodológico), que entre otros retos tiene el del lenguaje de las nuevas generaciones como lenguaje mediático.

Lenguaje que se convierte en interlocutor necesario de un proceso de inculturación a una cultura globalizada, la cultura mediática, y que en todo caso se acelera en este nuevo escenario que, por razones distintas, también viene impuesto por la globalización. Porque, hagámonos a la idea, es la globalización la que hace que ya no podamos controlar epidemias locales, al derivar inmediatamente en pandemias globales. Y es la globalización la que nos presente nuevos retos de inculturación globales, que nos lleven a nuevas prioridades para la comunicación catequética, tanto en sus formatos (más dialógico, más narrativo, más imaginativo), como en sus canales (NTIC).

Áreas virtuales para la catequesis

Este reclamo previo al nuevo escenario se inscribe en lo que ya el Directorio General de la Catequesis dice sobre la necesidad de “una mayor valoración de los medios de acuerdo con su específica capacidad comunicativa, sabiendo equilibrar bien el lenguaje de la imagen con el de la palabra; la salvaguardia del genuino sentido religioso en las formas más importantes de expresión; la promoción de la madurez crítica de los usuarios y el estímulo a la profundización personal de lo que reciben de esos medios; la elaboración de materiales catequéticos en relación con los *mass-media*; la colaboración provechosa entre los agentes pastorales” (DGC, nº 209).

Ya apuntaba San Juan Pablo II que “televisión, radio, prensa, discos, grabaciones, vídeos y audios, es decir, toda la gama de los medios audiovisuales”¹, son útiles para la catequesis. Y explica el Directorio General de la Catequesis que “tales subsidios no pueden faltar en una catequesis bien programada” (DGC, nº 160). Pero la utilización correcta de estos medios exige en los catequistas un serio esfuerzo de conocimiento, de competencia y de actualización cualificada” (DGC, nº 161).

En cuanto a la conveniencia en promover un uso de los recursos audiovisuales para la evangelización, esta ha de hacerse bajo dos condiciones:

- Que se trate de un uso combinado con las demás dinámicas de la comunicación de grupo.
- Y que no sólo incorporen la técnica mediática, sino también el lenguaje mediático (y gran parte de los productos eclesiales adolecen de ello, por falta de profesionalidad).

Esto supone que los soportes impresos podrían ser suficientes (más por imperativo de muchos catequistas a los que lógicamente les cuesta la requerida adaptación que por los niños, adolescentes y jóvenes, que no necesitan adaptarse), al menos hasta ahora, pero que la tendente prioridad esta en el soporte digital, por lo que ambos soportes conviene que sean presentados de modo suficiente y complementario a la vez, con dos instrumentos concretos: la oferta de contenidos audiovisuales en la intranet, y la intranet misma como instrumento catequético con el que se puede desarrollar toda el proyecto catequético.

Cambio de paradigma pedagógico

Pero el desafío no está sólo en el uso de estos recursos, sino en el cambio de paradigma pedagógico que ha de tener la catequesis tanto en los recursos como en los catequistas, que previamente al uso de estos recursos mediáticos, sobre todo digitales, han de buscar el nuevo lenguaje mediático que forma parte de la cultura vital de las nuevas generaciones, y por tanto, como decía San Pablo VI, el uso de estos recursos ha de hacerse “con capacidad para penetrar en las conciencias, para posarse en el corazón de cada hombre en particular,

¹ SAN JUAN PABLO II. Exhortación apostólica *Catechesi Tadendae*, nº 46.

con todo lo que éste tiene de singular y personal, y con capacidad para suscitar en favor suyo una adhesión y un compromiso verdaderamente personal”². Y, siempre bajo el criterio de San Juan Pablo II de que “no basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta nueva cultura creada por la comunicación moderna”³.

En la Sociedad de la Información el medio de comunicación se ha erigido ya como el primer ámbito no sólo de transmisión cultural, sino de la reconstrucción cultural (“el medio es el mensaje”), por lo que en este momento no podemos hablar de otra cultura que no sea -no como elemento añadido sino como elemento constitutivo- “cultura mediática”. De tal suerte que sin el concurso mediático no podemos pretender hoy en día hacer transmisión evangelizadora en general y transmisión catequética en particular, capaz de adentrarse en el mundo de las “referencias” cognitivas y axiológicas de la sociedad de hoy.

Como explican los obispos canadienses, “el mundo de los jóvenes es ya el de las imágenes y la información. Imágenes variadas, seductoras, fragmentadas. Los medios de comunicación captan su mirada y su atención y, al hacerlo, desarrollan en ellos nuevos modos de pensar y nuevas vías de acceso al conocimiento. Esta evolución destroza el discurso religioso tradicional y las prácticas pedagógicas ordinarias. Pero también incita, positivamente, a una renovación de los modos de comunicar la fe por caminos que, como veremos, no son ajenos a la gran tradición cristiana”⁴.

El Papa Francisco, en su reflexión sobre la renovación catequética que la Iglesia necesita, revisando las propuestas del Sínodo sobre la Nueva Evangelización, dice que “es bueno que toda catequesis preste una especial atención al camino de la belleza”. Considera que “anunciar a Cristo significa mostrar que creer en Él y seguirlo no es sólo algo verdadero y justo, sino también bello, capaz de colmar la vida de un nuevo resplandor y de un gozo profundo, aun en medio de las pruebas. En esta línea, todas las expresiones de verdadera belleza pueden ser reconocidas como un sendero que ayuda a encontrarse con el Señor Jesús”⁵. Estamos persuadidos de que la promoción de nuevos recursos audiovisuales, favorecerá a su vez esta “catequesis de la belleza” según los nuevos lenguajes estéticos de las nuevas generaciones.

Lenguaje audiovisual y catequesis

Las nuevas generaciones (las de los niños, adolescentes y jóvenes de nuestras catequesis) hablan un nuevo lenguaje, el lenguaje mediático, que es especialmente inmediato, conciso, simple, y provocativo. También especialmente vulnerable a una doble manipulación (en el sentido no peyorativo, sino técnico del término): emotiva y evocativa (luz, color, ritmo, palabra, música, enfoque), y cognitiva (primacía de la percepción a la atención y la comprensión).

Y a nadie se le escapa que hablar hoy de lenguaje mediático y de lenguaje parabólico a la vez es hablar de lenguaje audiovisual. Pero significa mucho más que esto. Porque el lenguaje audiovisual no es sino un reflejo, entre otros, de una nueva sensibilidad y de un nuevo lenguaje que recorre todos los códigos lingüísticos y todas las técnicas de la comunicación, y que podríamos resumir en la expresión también del Papa Francisco de un modo de comunicarse que integra la idea, el sentimiento y la imagen⁶.

² SAN PABLO VI. Exhortación apostólica *Evangelii nuntiandi*, n° 45.

³ SAN JUAN PABLO II. Encíclica *Remptoris Missio*. n° 37

⁴ ASAMBLEA DE OBISPOS DE QUÉBEC. *Proponer hoy la fe a los jóvenes*. En DONACANO MARTÍNEZ, PELAYO GONZÁLEZ y JOSÉ LUIS SABORIDO. *Proponer la fe hoy. De lo heredado a lo propuesto*. Editorial Sal Terre. Santander 2005. pp. 163-194

⁵ FRANCISCO. Exhortación Apostólica *Evangelii Gaudium*, n° 167.

⁶ *Ibid.*, n° 175.

Características de este nuevo lenguaje como la fortísima velocidad en la fragmentación de la imagen, el simple y escaso uso de palabra, y la proliferación de golpes de impacto sonoro y visual, podrían poner en duda que el lenguaje mediático (sobre todo el audiovisual y digital) no sirve para evangelizar, y menos para suscitar la inquietud y el asombro religiosos. Nos equivocáramos.

Los géneros propios del testimonio (sobre todo el relato y la semblanza, del los que hablamos al proponer el criterio de la catequesis narrativa), son especialmente adecuados a los diversos formatos del lenguaje mediático, pero sobre todo, son especialmente adecuados para el formato audiovisual (no tanto para su transmisión televisiva, en acelerado reajuste en los nuevos hábitos por las plataformas digitales, sobre todo de las nuevas generaciones), sino para su transmisión a través de la Red, siguiendo una de las indicaciones del Plan Diocesano de Evangelización: “potenciar la acción evangelizadora en las redes sociales” (PDE, 10, 3).

Recursos audiovisuales en la catequesis

La Iglesia siempre ha recurrido a la “catequesis visual”. No hay nada más parecido a la pantalla de un editor de video que un retablo gótico en el que una diversidad de pequeñas “pantallas” van jalonando una historia, a la que los escultores de sus relieves suponían podría en tantas ocasiones acompañar la música del coro justo ante el retablo en el espacio catequético-celebrativo del templo cristiano. Ya ellos habían diseñado el lenguaje audiovisual. Sólo les faltaba descubrir como integrar esas escenas en una visión en movimiento, que llegaría con el invento del cinematógrafo⁷. Luego vinieron los gráficos para los catecismos impresos, las miniaturas, y por último, antes de los videos, las diapositivas.

Podemos hablar, al menos, de 20 tipos distintos de audiovisuales para la pastoral en general y para la catequesis en particular:

- 1.- Videos “publicitarios” (publicidad de eventos, de propuestas concretas, o incluso de productos y servicios) de formato televisivo (menos de 20 segundos). Sin miedo a usar el recurso de la asociación de ideas.
- 2.- Videos promocionales (fundamentalmente de instituciones) de formato publicitario (publicidad informativa) o como mini-reportajes.
- 3.- Videos de presentación de campañas de jornadas, de campañas vocacionales, etc... (de tres a siete minutos) principalmente para proyección en eventos.
- 4.- Videos testimoniales en los que prima el material (no el formato) de la entrevista con imágenes de recurso, personales o comunitarios (de tres a quince minutos) para presentación en actividades pastorales de grupo.
- 5.- Videos formativos (formato lección virtual o formato reportaje) que explican contenidos sociales, antropológicos, históricos, teológicos, etc... (de cinco a cincuenta minutos).
- 6.- Videos propiamente catequéticos (provocativos antes que explicativos) de contenidos catequéticos (pre-catequesis, primer anuncio, catequesis formativa).
- 7.- Video-reportajes de acontecimientos que los rememoran (congresos periódicos, campamentos, jornadas de la juventud, historia de instituciones, efemérides parroquiales, etc.), principalmente para proyección en eventos, de cinco a diez minutos en formato estándar, o de diez a cincuenta minutos en formato especial (ocupan el lugar de una ponencia).

⁷ En realidad inventado por un monje español, Mariano Díez Tobar, y no por los hermanos Lumière, que consiguieron de este los derechos de autor para fabricarlo.

8.- Video-reportajes de realidades de sensibilidad social o religiosa, ya sean de carácter informativo (actualidad inmediata) o de carácter formativo (situaciones de larga duración), pero siempre con formato informativo (de similar duración a los anteriores).

9.- Breves videos impactantes de mensaje único (mejor si voz) de menos de dos minutos con aspiración a convertirse en videos virales (tiempos litúrgicos, campañas, etc..).

10.- Video-tráiler de películas con valores, que plantean cuestiones, experiencias religiosas, etc... No tanto los oficiales, sino los editados con intención pastoral (siguiendo algunas normas por los derechos de autor).

11.- Videos musicales o video clips (de contenido pastoral implícito o explícito): solo de productoras especializadas.

12.- Cortometrajes, medimetrajes o largometrajes profesionales. Especialmente el cine documental y los docudramas (mezcla de reporterismo con dramatización cinematográfica).

13.- Videos de animación, de especial valor si son de relatos (bíblicos, personajes ejemplares, cuentos, etc..).

14.- Programas televisivos (reales o figurativos): entrevistas, concursos, debates, viajes, etc...). Sólo si son muy profesionales.

15.- Video mensajes (saludos, felicitaciones, pero también impresiones, respuestas, etc..). Aunque sean *amateur* conviene buscar grabación de calidad y edición profesional.

16.- Grabaciones de eventos (ponencias, celebraciones, etc...) Sólo para demanda especial.

17.- Emisiones en directo (*streaming*) sólo profesional, de calidad, a través de canales de video en red. Puede incorporar careta de presentación, e instrumentos de interacción con presentaciones en *power point*.

18.- Videos para aulas virtuales (lecciones, pequeñas explicaciones, metodológicos)

19.- Videos simulados de presentaciones informáticas (normalmente con animación por ordenador)

20.- Videos tutoriales (presentan a la vez el guía y el contenido tutorial).