HAGIOGRAFIAS VISUAIS E DINÂMICAS: O USO DO YOUTUBE PARA A PROMOÇÃO DOS SANTOS PARA CRIANÇAS*

Yves Bernardo Roger Solis Nicot**

Resumo: *na Era do YouTube e do Facebook aparece na Web 2.0 novas formas de religião popular e institucional. Esse fenômeno está recebendo um novo tratamento teórico e metodológico, instigado pelo surgimento de novos santuários com o desenvolvimento e expansão do acesso à Internet. Este artigo é uma reflexão sobre as narrativas digitais para as famílias e crianças ao analisar a produção digital na língua espanhola da figura de João Paulo II, demonstrando as mudanças e continuidades nas narrativas dos santos tradicionais.*

Palavras-chave: *Santidade. Crianças. Narrativas Digitais. E-vangelização. João Paulo II.*

Tanto los fieles como las instituciones religiosas están utilizando las tecnologías más recientes, las redes sociales y otras herramientas de la Web 2.0 para promover nuevos santos. La Iglesia Católica como institución no ha sido capaz de tener el monopolio de la creación y promoción de la santidad en las redes sociales a pesar de sigue controlando el nombramiento y reconocimiento oficial de los mismos. Sin embargo, algunas iniciativas han sido promocionadas por el Centro Televisivo Vaticano o por Catholic Link.[1] Las redes sociales y la Web 2.0 han marcado para la Iglesia institucional una serie de retos e intereses, ya que ofrecen una gran oportunidad para difundir figuras de religiosidad popular que pueden o no contar con su apoyo. En efecto, existe una fuerte adhesión por parte de los fieles a diversas figuras en vía de reconocimiento oficial.

* Recebido em: 20.10.2017. Aprovado em: 30.11.2017.

** Dr. En Historia Social y Cultural. Doctor en Ciencias Sociales. Prepa Ibero Ciudad de México. Coordinador Americano de Cehilanet. Miembro de CEHILA-México. E-mail: yves.solis@prepaibero.mx

El presente artículo analiza tres iniciativas institucionales desde la perspectiva de las narrativas digitales enfocadas a niños. Las tres están dedicadas a la figura de Juan Pablo II: dos se dieron tras su muerte y la última, tras su canonización. La primera parte del artículo reflexiona sobre la cuestión de las transformaciones que generó la Web 2.0 en la nuevas narrativas digitales para promover la e-evangelización y la fe. En la segunda parte se ofrece una breve reflexión en torno a la relación que ha mantenido la Santa Sede con las nuevas tecnologías desarrolladas en el siglo XX. En un tercer momento, analizaremos las narrativas empleadas en los tres videos promocionales de la causa de Juan Pablo II enfocados a niños y familias.

E-VANGELIZACIÓN, FE, WEB 2.0 Y NUEVAS NARRATIVAS DIGITALES

Tras varias reflexiones en torno a la figura de Luis María Martínez (Solis 2013, 2015 y 2016), emprendí una reflexión más general sobre los procesos de promoción de santos en redes sociales y en la web 2.0. (Solis 2016) En la revista *Intersticios Sociales* se publicó un artículo más amplio en torno a la promoción en redes sociales de la figura de Luis María Martínez, tanto desde la visión institucional como desde la óptica de los fieles de diferentes horizontes y latitudes. La reflexión presentada aquí se centrará más en productos diseñados por grupos de inspiración católica (canales televisivos católicos o *e-vangelizadores* católicos) y dirigidos a niños.

Desde luego, la Iglesia católica no es la única que entiende la necesidad de atender a este sector joven, muy dinámico en internet: el mundo protestante también se ha interesado en las posibilidades que ofrecen los nuevos medios para la formación de la fe. (Hess 2014) Respaldada por un estudio de la Fundación Mac Arthur, Mary E. Hess, profesora asociada de Liderazgo Educacional del Seminario Luterano y presidenta de la Asociación de Educación Religiosa, insiste en el hecho de que las nuevas narrativas digitales pueden presentar:

> *Ventajas inmediatas cuando están puestas al servicio de la educación religiosa y la formación de la Fe. Para empezar porque cada vez más los tiempos disponibles de las personas son reducidos y se privilegian ventanas breves de atención que invitan a la reflexión superficial. Escuchar, afinar y apropiarse de contenidos cortos de Narrativas Digitales (la mayoría duran de 3 a 5 minutos)*[2] *no solo permite generar oportunidades para tomar una pausa, sino que llama a una reflexión atenta, paciente y profunda. Un aspecto positivo de este proceso es que las personas se vuelven más críticas hacía otros medios digitales con los que interactúan* (Hess 2014, p.19).

Fuera del ámbito religioso, en el campo educativo, por ejemplo, se han multiplicado los esfuerzos para vincular las herramientas tecnológicas a algunos procesos más tradicionales de narrativas. "Con el surgimiento de nuevas tecnologías, el proceso de enseñanza en el siglo XXI incorpora el uso de nuevos medios en ambientes educativos. Las narraciones digitales[3] son un método que mezcla las narrativas tradicionales y las nuevas tecnologías" (KOCAMAN-KAROGLU, 2015) A nivel universitario, las nuevas narrativas digitales permiten no solamente fortalecer la adquisición de aprendizajes, sino que refuerzan también la participación social (SHELTON; WARREN; ARCHAMBAULT, 2016).

El tema de la relación entre fe e internet[4] ha sido trabajado principalmente en Europa (KÜRSCHNER PELKMAN, 1997; MCDONELL, TAMPIETS, 1989; SPADARO, 2014, 2016), Estados-Unidos (HORSFIELD, HESS, MEDRANO, 2007; SCHULTZ, WOOD, 2008; REYNOLDS, OVERTON, 2009; CAMPBELL, 2006, 2007, 2010; HOPE CHEONG *et al*., 2012; WAGNER, 2012,; CAMPBELL 2016) y Asia (ABDULLA, 2007; KLUVER, HOPE, CHEONG, 2007; HASHIM, MURPHY, HASHIM, 2007; WATANABE, 2007; FUKAMIZU, 2007). En este sentido, Rachel Wagner afirma:

> *Hoy en día, la interactividad con los textos sagrados está tomando nuevos tintes, en la medida en que estamos tomando el poder inmediato y fácil de tratar a esos textos sagrados como un flujo de datos más que como un objeto físico caracterizado por un sentido único. La fluidez de los textos digitales crea una cascada de usos posibles, interpretaciones, alteraciones que frustran la asunción de que el texto puede ser usado como un portal único hacia la voluntad divina. La exploración del carácter estructurado y completo de los textos*[5] *conectados nos invita a considerar esos textos como si fueran otros textos, y hasta a considerarlos como objetos materiales que se hayan transformado en un flujo más de información, tomando conciencia de los impactos profundos que vivirán por el uso y tratamiento que se les da. Al transformarse los libros en flujo de información descargable, estamos siendo testigos de la transformación de los textos sagrados en una serie sencilla de palabras en páginas, la voluntad de Dios dictada e impresa se vuelve un flujo transformable, maleable con el cual se puede jugar* (WAGNER, 2012, p.16).

Según Rachel Wagner, las autoridades religiosas, sin importar su credo, están viviendo un momento de quiebre. "La ubicuidad de la participación de Facebook entre los adolescentes y jóvenes ha hecho del sitio una herramienta natural para los ministros jóvenes y las organizaciones religiosas, permitiéndoles mantener contacto con los miembros más jóvenes" (MEHLAFF, 2008, p.151). En este sentido es que existe un nuevo dinamismo en las redes sociales y también en los receptá-

culos de videos. Se ha desarrollado un ciberactivismo que se manifiesta en la actividad de grupos de presión, en iglesias o en universidades.

Las estadísticas recientes sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) demuestran, en un estudio realizado a nivel mundial en 21 naciones, que la población se ha integrado al uso de Internet, en particular al uso de redes sociales, por medio de los teléfonos inteligentes, constituyéndose estas herramientas tecnológicas como las más populares y utilizadas entre los sujetos menores de 30 años y con educación universitaria[6]. En México, para el 2013, el 34,4% de los hogares contaba con acceso a Internet (con un aumento del 12,8% en comparación con 2012). De todos los usuarios de Internet, el 38,6% eran jóvenes de 18 a 34 años y el 39,6% utilizaba redes sociales[7] (GONZÁLEZ-LIZÁRRAGA; TRAVER; YANEZ-DÍAZ, 2015, p. 48).

Los estudios que analizan la relación entre la educación de los niños y el contacto con la tecnología están formulando preguntas en torno a los procesos de lectura y escritura que obligan a los educadores y a los pedagogos a repensar el impacto de la digitalización en los procesos analógicos más tradicionales.

La creciente digitalización de la educación infantil es un tema polémico, y las discusiones en torno a la temática se caracterizan por polarizaciones infructuosas "a favor o en contra de la tecnología"; la opinión personal y los mitos persistentes tienden a eclipsar la reflexión teórica y la evidencia científica. Los políticos, legisladores, editores y desarrolladores de software regularmente promocionan el potencial de las tabletas y las aplicaciones para promover la alfabetización de los niños. Sin embargo, como lo observó Natalia Kucirkova, en muchos escritos sobre el tema faltan referencias a investigaciones dictaminadas que mostrarían la evidencia de los efectos beneficiosos adjudicados a tales tecnologías. Si bien tenemos una serie de estudios de caso que describen el uso y la interacción de los niños con los libros electrónicos y las narrativas digitales, hay pocas investigaciones empíricas sistemáticas diseñada para permitir inferencias causales sobre el efecto de las prestaciones tecnológicas (por ejemplo, ensayos aleatorizados controlados). En consecuencia, sabemos poco sobre la interacción entre los procesos motores (hápticos), perceptivos y cognitivos durante la lectura dialógica, y cómo las contingencias sensorio-motoras de un iPad pueden afectar de manera diferente los resultados cognitivos (potencialmente beneficiosos), en comparación con los procesos provocados durante una lectura de los libros impresos (MANGEN 2016, p. 471).

Para la Iglesia, más allá de la discusión pedagógica, las herramientas digitales representan un nuevo universo de e-vangelización (concepto de reciente cuño que remite a la evangelización en internet), sobre todo porque los niños dejaron de ser solamente espectadores y cada vez más se vuelven también actores de las redes sociales desde temprana edad. Existe un gran interés en el efecto que

tiene la tecnología tanto en el comportamiento como en las habilidades de los niños. Ello provoca un nuevo reto a nivel de producción de contenidos, diseño de narrativas digitales y análisis de estas innovaciones:

> *Otra preocupación emergente de este tema [del uso de la tecnología en niños] es el de los niños [tanto] como consumidores como creadores de tecnologías. La forma en que estas pueden ayudar a los niños pequeños a convertirse en creadores dependerá del diseño futuro de tecnologías y de la evaluación de su implementación. Sobre todo, la manera en que los diferentes tipos de tecnología puedan facilitar varios dominios de desarrollo de los niños necesita exploraciones futuras. […] Se necesitan más estudios fundamentados sobre la base de teorías de aprendizaje establecidas* (CHING-TING; MING E CHAUN; CHIN-CHUNG, 2014, p. 96).

Como señalan Plowman y McPake (2013), los padres y educadores suelen tener muchas dudas sobre el uso de computadoras y tecnologías en casa, sobre todo porque ellos no tenían acceso a esas herramientas cuando eran jóvenes. Existe un debate en torno a lo negativo o positivo de la herramienta misma; más allá de la discusión y de la postura a favor o en contra, para los estudiosos es claro que se necesita tomar en cuenta las aportaciones de las nuevas tecnologías y estudiarlas. Hay una verdadera competencia por seducir a las poblaciones jóvenes: ello obliga a los medios tradicionales de difusión masiva a recurrir no solo a nuevas tecnologías, sino también a nuevas narrativas, aun si la televisión sigue jugando un papel importante en la vida diaria de los niños:

Ofreciendo gráficos interactivos y capacidades de audio, las historias digitales también requieren que los lectores jóvenes desarrollen flexibilidad y persistencia mientras leen. Los rápidos avances en la tecnología en las últimas dos décadas han generado un número cada vez mayor de opciones para leer historias infantiles en formatos portátiles más allá de la tradición de la tinta y el papel. Los dispositivos móviles para lectura están disponibles para los niños hoy en forma de teléfonos inteligentes, lectores de libros electrónicos (e-readers) y tabletas (JAVORSKY; TRAININ, 2014).

En este sentido, la Iglesia católica, como otras iglesias, está incorporando narrativas digitales enfocadas a niños en al menos dos niveles: producciones apoyadas por Radio[8] y Televisión Vaticana y producciones desarrolladas por grupos católicos independientes, como es el caso de Catholic Link en América Latina. Es importante hacer notar que Catholic Link no es la única oferta de promoción de evangelización en internet. Otro colectivo muy dinámico en idioma español es iMisión, que se define como un grupo de "católicos de distintos movimientos, congregaciones, familias religiosas… de todos los estados de vida: laicos, consagrados y sacerdotes, que [comparten] una misma inquietud y llamada:

evangelizar en Internet." (iMision, 2013) Entre los principales exponentes de iMision cabe destacar a la "monja tuitera", la hermana Xiskya Valladares.

Aunque esos creadores seguramente no han pensado con detenimiento en el proceso teórico detrás de su praxis, sí demuestran una buena comprensión del fenómeno[9]:

- Los niños tienen más acceso a todo tipo de medios digitales y pasan con ellos más tiempo que nunca.
- La televisión continúa ejerciendo una fuerte influencia sobre los niños pequeños, que pasan más tiempo con este medio que con cualquier otro.
- No todos los niños tienen acceso a las tecnologías digitales más nuevas, ni todos los niños usan los medios de la misma manera una vez que los poseen. El ingreso familiar sigue siendo una barrera para algunos niños que poseen tecnología, incluso cuando el precio de los dispositivos cae.
- [En Estados Unidos] Los niños de bajos ingresos, hispanos y afroamericanos consumen más medios que sus contrapartes de clase media y blanca.
- Los niños parecen cambiar sus hábitos de medios digitales alrededor de los 8 años, cuando abren cada vez más sus ojos al amplio mundo de los medios más allá de la televisión.
- Los medios móviles parecen ser la próxima tecnología "eso", desde juegos de video portátiles hasta reproductores de músicas portátiles y teléfonos celulares. A los niños les gusta usar sus medios en el camino (GUTNICK *et al*., 2011).

IGLESIA CATÓLICA Y LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN[10]

La Iglesia católica, apostólica y romana ha impulsado desde la Santa Sede la reflexión en torno a los *mass media*, sean estos impresos, auditivos, visuales o digitales. Los papas Pablo VI (PAOLO VI 1967 y 1978), Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco fijaron posturas públicas y explicitas en torno a la relación entre *mass media* y religiosidad, así como en lo relativo a la oportunidad que ofrecían las nuevas herramientas de comunicación para promover la fe. La transformación provocada a raíz del Concilio Vaticano II no solamente fue dogmática, teológica o pastoral, sino también tecnológica. En ocasión de la Quinta Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, se redactó la instrucción pastoral *Communio et Progreso* (O'CONNOR; FERRARI-TONIOLO; DESKUR, 1971). Publicada en 1971, la instrucción tomaba en cuenta los medios populares de la época: la prensa, el cine, la radio y la televisión. En cuanto empezó el desarrollo del internet, no se hizo esperar la reflexión papal. Desde 2002, la Santa Sede les pidió a los comunicadores reflexionar en torno a la ética en internet y la Iglesia en internet (FOLEY; PASTORE, 2002a; 2002b)

La Iglesia vio claramente el potencial de esta herramienta. En 2002, Juan Pablo II dedicó la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales a este tema e insistió en las oportunidades y los riesgos. Afirmó que internet no es un fin en sí mismo, sino que, como lo supone su definición más directa, se trata de un medio: "Un nuevo foro para la promoción del evangelio" (JUAN PABLO II, 2002). Continua o papa:

> *Internet es ciertamente un nuevo «foro», entendido en el antiguo sentido romano de lugar público donde se trataba de política y negocios, se cumplían los deberes religiosos, se desarrollaba gran parte de la vida social de la ciudad, y se manifestaba lo mejor y lo peor de la naturaleza humana. […] El ciberespacio es […] por decirlo así, una nueva frontera que se abre al inicio de este nuevo milenio. Como en las nuevas fronteras de otros tiempos, ésta entraña también peligros y promesas, con el mismo sentido de aventura que caracterizó otros grandes períodos de cambio. Para la Iglesia, el nuevo mundo del ciberespacio es una llamada a la gran aventura de usar su potencial para proclamar el mensaje evangélico. […] La Iglesia afronta este nuevo medio con realismo y confianza. Como otros medios de comunicación, se trata de un medio, no de un fin en sí mismo. Internet puede ofrecer magníficas oportunidades para la evangelización si se usa con competencia y con una clara conciencia de sus fuerzas y sus debilidades. Sobre todo, al proporcionar información y suscitar interés, hace posible un encuentro inicial con el mensaje cristiano, especialmente entre los jóvenes, que se dirigen cada vez más al mundo del ciberespacio como una ventana abierta al mundo* (JUAN PABLO II, 2002).

Durante su pontificado, Benedicto XVI, menos carismático y popular con los medios de comunicación que Juan Pablo II, le dio una importancia peculiar a las temáticas relacionadas con la era digital. Aprovechó el espacio de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales para poder insistir sobre la caridad cristiana y la actitud de servicio de los cristianos. En 2006, el tema escogido por el papa fue "Los medios: red de comunicación, comunión y cooperación"; al año siguiente, eligió el tema de "Los niños y los medios de comunicación social: un reto para la educación." A partir de 2008, el sumo pontífice orientó sus reflexiones en torno a la herramienta, el medio y lo que se podía lograr con ellos. Primero la reflexión fue en torno a "Los medios: en la encrucijada entre protagonismo y servicio. Buscar la Verdad para compartirla." Tanto la edición de 2009 ("Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad") como la de 2010 ("El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra") eran un llamado a laicos y sacerdotes para involucrarse en el mundo digital. Esas dos úl-

timas ediciones tuvieron un fuerte impacto en los investigadores del fenómeno y fueron retomadas directamente en varios estudios, en particular por Rachel Wagner y Heidi Campbell (CAMPBELL, 2009; WAGNER, 2010).

En 2011, Benedicto XVI propuso el tema "Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital" y dedicó las últimas dos jornadas a la evangelización: en 2012 compartió una provocativa reflexión llamada "Silencio y Palabra: camino de evangelización" y en 2013, otra que retomaba el papel de las redes sociales en los procesos de evangelización: "Redes sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización." Con esas dos propuestas, hizo entrar a la Iglesia como institución no solo en el debate en torno al internet, sino también a la Web 2.0. Para Benedicto XVI, "las redes sociales digitales, […] están contribuyendo a que surja una nueva 'ágora', una plaza pública y abierta en la que las personas comparten ideas, informaciones, opiniones, y donde, además, nacen nuevas relaciones y formas de comunidad" (BENEDICTO XVI, 2013). Benedicto en particular insistía en el hecho de que "en el ambiente digital, la palabra escrita se encuentra con frecuencia acompañada de imágenes y sonidos. Una comunicación eficaz, como las parábolas de Jesús, ha de estimular la imaginación y la sensibilidad afectiva de aquéllos a quienes queremos invitar a un encuentro con el misterio del amor de Dios." Terminaba su reflexión insistiendo en la diversidad de las redes y oportunidades reales para los fieles que las usaban:

> *Existen redes sociales que, en el ambiente digital, ofrecen al hombre de hoy ocasiones para orar, meditar y compartir la Palabra de Dios. Pero estas redes pueden asimismo abrir las puertas a otras dimensiones de la fe. De hecho, muchas personas están descubriendo, precisamente gracias a un contacto que comenzó en la red, la importancia del encuentro directo, de la experiencia de comunidad o también de peregrinación, elementos que son importantes en el camino de fe. Tratando de hacer presente el Evangelio en el ambiente digital, podemos invitar a las personas a vivir encuentros de oración o celebraciones litúrgicas en lugares concretos como iglesias o capillas. Debe haber coherencia y unidad en la expresión de nuestra fe y en nuestro testimonio del Evangelio dentro de la realidad en la que estamos llamados a vivir, tanto si se trata de la realidad física como de la digital. Ante los demás, estamos llamados a dar a conocer el amor de Dios, hasta los más remotos confines de la tierra* (BENEDICTO XVI, 2013).

El papado de Francisco no se ha enfocado tanto en los medios en sí o su uso, sino en buscar una transformación de las relaciones. En 2014, la temática promovía la "Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro" y en enero de 2015, "Comunicar la familia: ambiente privilegiado del encuentro en la gratuidad del amor". Francisco reconoce que:

> *La comunicación es, en definitiva, una conquista más humana que tecnológica. Entonces, ¿qué es lo que nos ayuda a crecer en humanidad y en comprensión recíproca en el mundo digital? Por ejemplo, tenemos que recuperar un cierto sentido de lentitud y de calma. Esto requiere tiempo y capacidad de guardar silencio para escuchar. Necesitamos ser pacientes si queremos entender a quien es distinto de nosotros: la persona se expresa con plenitud no cuando se ve simplemente tolerada, sino cuando percibe que es verdaderamente acogida. Si tenemos el genuino deseo de escuchar a los otros, entonces aprenderemos a mirar el mundo con ojos distintos y a apreciar la experiencia humana tal y como se manifiesta en las distintas culturas y tradiciones. Pero también sabremos apreciar mejor los grandes valores inspirados desde el cristianismo, por ejemplo, la visión del hombre como persona, el matrimonio y la familia, la distinción entre la esfera religiosa y la esfera política, los principios de solidaridad y subsidiaridad, entre otros* (FRANCISCO, 2014).

Su invitación incluso es al atrevimiento. "No basta pasar por las «calles» digitales, es decir, simplemente estar conectados: es necesario que la conexión vaya acompañada de un verdadero encuentro". Francisco invita a tomar riesgos: "Entre una Iglesia accidentada por salir a la calle y una Iglesia enferma de autorreferencialidad, prefiero sin duda la primera." De la misma manera, el papa está consciente de que llevar el evangelio a todos significa también usar las "calles […] digitales, pobladas de humanidad, a menudo herida: hombres y mujeres que buscan una salvación o una esperanza" (FRANCISCO, 2014).

El papa Francisco insiste entonces en que "abrir las puertas de las iglesias significa abrirlas asimismo en el mundo digital, tanto para que la gente entre, en cualquier condición de vida en la que se encuentre, como para que el Evangelio pueda cruzar el umbral del templo y salir al encuentro de todos."[11] De hecho, Francisco está consciente de que "Hoy, los medios de comunicación más modernos, que son irrenunciables sobre todo para los más jóvenes, pueden tanto obstaculizar como ayudar a la comunicación en la familia y entre familias" (FRANCISCO, 23 de enero de 2015) En este texto, el papa revalora el silencio, siguiendo así la invitación de Benedicto XVI formulada en 2012. Para Francisco, los medios de comunicación "pueden obstaculizar si se convierten en un modo de sustraerse a la escucha, de aislarse de la presencia de los otros, de saturar cualquier momento de silencio y de espera." Sin embargo, no limita su análisis a este aspecto negativo. Por el contrario, reconoce que los medios de comunicación:

> *Pueden favorecer [la comunicación en las familias y entre familias] si ayudan a contar y compartir, a permanecer en contacto con quienes están lejos, a agradecer y a pedir perdón, a hacer posible una y otra vez el encuentro. Redescubriendo cotidianamente este centro vital que es el encuentro, este «inicio vivo»,*

sabremos orientar nuestra relación con las tecnologías, en lugar de ser guiados por ellas. También en este campo, los padres son los primeros educadores. Pero no hay que dejarlos solos; la comunidad cristiana está llamada a ayudarles para vivir en el mundo de la comunicación según los criterios de la dignidad de la persona humana y del bien común. […]El desafío que hoy se nos propone es, por tanto, volver a aprender a narrar, no simplemente a producir y consumir información (FRANCISCO, 23 de enero de 2015).

En 2015, el papa ha oficializado el interés de la Santa Sede en desarrollar cada vez más el tema al crear una Secretaría de Estado para la Comunicación. Una de las transformaciones principales fue la incorporación a sus funciones del manejo de del sitio web institucional de la Santa Sede[12] y de la cuenta de Twitter del sumo pontífice: @pontifex (FRANCISCO, 27 de junio de 2015). La Secretaria de Comunicación, creada en 2015, gestiona la Dirección de Administración de la Filmoteca Vaticana, la Sala de Prensa de la Santa Sede, el Servicio de Información Vaticano, Radio Vaticana, el Centro Televiso Vaticano y el Servicio Internet Vaticano (SEGRETARIA PER LA COMUNICAZIONE, 2017).

En el discurso oficial de los papas, el tema de internet es ya parte integral de las reflexiones del catolicismo institucional. La Iglesia católica, como otras organizaciones religiosas, tiene claro que debe tomar en cuenta la cultura digital y redimensionarla en su justo valor. Como lo dice Stewart M. Hoover (2012): "La religión ya ha hecho suyo el discurso sobre la cultura digital emergente en dos maneras. La primera, los cambios en los media afectan la religión, la práctica religiosa y la comprensión de las religiones y espiritualidades. La segunda manera es más esotérica".

La Santa Sede tiene una clara visión de la importancia de los temas digitales. Internet y las redes sociales merecen atención de los laicos, pero también de los pastores. Es fundamental en este sentido investigar a través de estudios de caso de la aplicación o no de las recomendaciones papeles en torno a las nuevas tecnologías de comunicación digitales.

YOUTUBE, HAGIOGRAFÍA[13] Y CONSTRUCCIÓN DE SANTIDAD EN EL SIGLO XXI: EL CASO JUAN PABLO II

Esta preocupación de la Santa Sede por difundir el evangelio de manera eficaz en internet se puede estudiar en un caso de promoción y reforzamiento de una causa de santidad dirigida a niños y familias: la de Juan Pablo II. El juicio de canonización de Juan Pablo II fue uno de los más rápidos de la historia. Tras su fallecimiento el 2 de abril de 2005, fue proclamado venerable en diciembre de 2009 y beato en mayo de 2010. Ya desde 2013 se anunció la fecha de su canonización para abril de 2014. Finalmente, el día 27 de abril de 2014 fueron

proclamados santos en la Plaza de San Pedro Juan XXIII y Juan Pablo II, en una concelebración del papa Francisco y el papa emérito Benedicto XVI.

El primer video fue producido originalmente por EWTN en español para formato de televisión. Esta empresa "está dedicada a promover la verdad según esta ha sido definida por el Magisterio de la Iglesia Católica. La misión de la Eternal Word Television Network es la de servir las creencias y enseñanzas formales de la Iglesia según promulgadas por el Supremo Pontífice y sus predecesores." (EWTN, Misión corporativa, 2017) El video resalta los aspectos más relevantes de la vida de Juan Pablo II y promueve tanto su figura y como la fe en general. Esta producción, llevada a cabo por Pedro Marcet, con un guion y diseño de personajes de Cristóbal Guerrero, Joseph Ribot y el propio Pedro Marcet, responde muy bien a la misión de la EWTN:

> *El fin de la Eternal Word Television Network es el de facilitar a las diversas organizaciones dentro de la Iglesia un vehículo por medio del cual puedan expresarse de o por toda la nación. Este servicio se suministrará libre de costo a la entidad siempre y cuando su espiritualidad permanezca dentro del contexto teológico de la Madre Iglesia. Esto se evidencia por su aceptación de los dogmas, reglas y reglamentos de la Iglesia en todas las materias y, en particular, en lo referente a los temas que se tratan o que sirven de base a la presentación televisiva* (EWTN, Misión corporativa, 2017).

El video tiene una duración de 25:56 minutos. Se trata de una producción institucional que pretende difundir la vida y obra de Juan Pablo II tras su fallecimiento. El video, disponible en internet, no fue subido desde una página institucional sino desde un canal personal. Se trata de una digitalización de la caricatura proyectada en televisión y cuenta con 99059 vistas. Fue subido por Jaime Piña, quien utiliza su canal personal para difundir la Buena Nueva.[14] Piña tituló el video como "Vida de Juan Pablo II para niños". (El video ha sido subido también al canal Religión Ahlzahir, pero ahí solamente ha recibido 2357 vistas). Un aspecto curioso es que este video no lleva titulo original ni cortinilla aunque el productor y guionista, Pedro Marcet, tenía amplia experiencia, pues fue el responsable de producir en 2002 "una colección de videos: 'El reto de ser cristiano' para ayudar a padres y educadores en la tarea de ensañar la fe y las virtudes cristianas a niños y jóvenes" (ZABALA, 2002).

Se trata de una narrativa tradicional, que inicia y termina con el nombramiento de Juan Pablo II como papa y resalta las diferentes etapas de su vida, sin buscar una contextualización clara del personaje. El video asume que varios periodos históricos representados en pantalla podrían ser explicados por los padres de familia. La lógica narrativa retoma múltiples episodios de la biografía, a los

cuales se dedican entre 20 segundos y 1 minuto hasta completar la vida del sumo pontífice.[15]

Tabla 1: Lógica narrativa del video de EWTN en torno a la vida de Juan Pablo con los tiempos dedicados a cada episodio o bloques de episodios de la vida del papa

Tiempos	Narrativa/relato
0’13’’ a 0’43’’.	El video empieza con la elección del papa en 1979.
0’44’’. 1’55’’	Después sigue con Karol Wojtyla actor...
1’56’’-2’44’’	Después el dolor de la orfandad y, dos años más tarde, la muerte de su hermano.
2’45’’-3’56’’	Juan Pablo deportista. Portero cristiano del equipo de judío. Amigo de Jerzly Kruger. (Se describe esta relación como parte del hilo narrativo para mostrar la tendencia ecuménica y el diálogo interreligioso que caracterizará a Juan Pablo durante su pontificado.)
3’57’’-4’37’’	Relación con su padre.
4’39’’-7’20’’.	El discurso de la Universidad al arzobispo de Cracovia. ¿Filología polaca o teología? Los estudios en Cracovia.
7’21’’-8’06’’	La invasión de Polonia. Fe y resistencia.
8’07’’-10’07’’	Trabajo en una cantera. Fe y resistencia. Se insiste en Karol Wojtyla como el iniciador de la fe y resistencia y se ve como cada vez se suman más. Muerte de su padre.
10’09’’-10’47’’	Accidente vial. Atropellado por un camión de soldados.
10’48’’-11’36’’	La recuperación y el descubrimiento de Juan de la Cruz.
11’37’’-11’56’’	(Aparece por primera vez el águila, símbolo del apóstol Juan). El auxilio a los pobres en la Polonia ocupada por los nazis.
11’57’’-1609’’	La vocación. Ser Sacerdote. Volar alto. (Nuevamente aparece el símbolo del águila) El seminario clandestino. La redada y pérdida de compañeros. Karl salvado por la virgen. Rezando. El nazi que lo iba a apresar fue llamado por su superior.
11’57’’-1609’’	La vocación. Ser Sacerdote. Volar alto. (Nuevamente aparece el símbolo del águila) El seminario clandestino. La redada y pérdida de compañeros. Karl salvado por la virgen. Rezando. El nazi que lo iba a apresar fue llamado por su superior.
16’10’’-17’09’’	(Este segmento es uno de los más largos e insiste en la lucha pacífica, pero eficaz, basada en el rezo que marcará la vida de Juan Pablo II. De manera velada, y no explícita, se puede entender que Juan Pablo y su fe participaron en la caída de dos regímenes totalitarios, el nazismo y después el comunismo). Lucha entre nazis y rusos. Tiempos de estudio y bombas.

continua...

Tiempos	Narrativa/relato
17’10’’18’50’	Los rusos no son libertadores, sino nuevos dominadores. Persecución contra los cristianos. Fin de los estudios de teología. Ordenación. Formación de Karol en Roma a petición del arzobispo. Diálogo en torno a pastoral obrera.
18’51’’-20’25’’	Regreso a Polonia. Aldea pobre. Después a Cracovia. Apostillado con universitarios. Doctorado civil. Periodo de profesor en la Universidad Católica. (La narrativa retoma términos futbolísticos. Wojtila como gran fichaje.) Se insiste en la cercanía de Wojtila con los jóvenes: su apodo de Tío Carol entre los jóvenes católicos de la pastoral estudiantil. Hombre no solo de libros o gran orador, sino deportista y cercano a los jóvenes.
20’26’’-21’25’’	Nombramiento como obispo auxiliar. Participación en Vaticano II. (En la narrativa visual se ensaya una proyección a futuro al representarlo de blanco en medio de los purpurados. Se habla de "SANGRE NUEVA”.
21’26’’-22’01’’	Se presenta a los comunistas y el miedo a un papa polaco.
22’02’’-22’51’’	Karol Wojtyla, ya papa, rompe los esquemas tradicionales: habla en la primera comparecía pública. Invita a la fe y la confianza: “No tengáis miedo, no tengáis miedo”.
22’52’’-23’05’’.	Lo que representó esta elección para el mundo comunista.
23’06’’-23’30’’	El papa no se olvida de los pobres.
23’31’’-25’00’’	Cierre. El papa Juan Pablo II esquiando. El papa no sólo es diplomático ni habla con políticos. El papa en África. En la conclusión aparece la imagen de Teresa de Calcuta y su cercanía con Juan Pablo. Resaltan la Importancia de la Virgen María para el papa. "Lo importante es la Iglesia de Jesucristo". “Si el papa no estuviera cansado, no habría cumplido con sus obligaciones”. Cierre con hoguera y humo blanco.

El segundo video es una superproducción al más puro estilo Disney. Fue realizado por uno de los más grandes exponentes de la animación europea, José Luis López-Guardia.[16] En el caso del video sobre Juan Pablo II, “la película, editada en DVD/BIOPIC (*biographical picture*) tiene dos partes: los primeros 30 minutos son dibujos animados, mientras que la segunda parte es un documental elaborado en colaboración con el Centro Televisivo Vaticano” (LÓPEZ TEULÓN, 2014). De acuerdo con el realizador, se trataba de la primera pelí-

cula de animación dedicada a Juan Pablo II; sin embargo, como vimos en el caso del video 1, existen producciones anteriores.[17]

> *El DVD incluye media hora de dibujos animados bajo el título de Juan Pablo II, el amigo de toda la humanidad, y otra media hora de documental, con el nombre de Juan Pablo II por Juan Pablo, con imágenes cedidas por la televisión vaticana. "El objetivo era presentar el lado más humano de Juan Pablo II y acercarlo a los niños y sus familias", explicó ayer en el acto de presentación el director del filme, José Luis López-Guardia (alias Cavin Cooper)* (PERE PRATDESABA, 2006).

En una entrevista para Zenith.org, el productor José Luis López-Guardia insistía en la narrativa

> *Nosotros mostramos la faceta más humana de Su Santidad, revelando al mundo aspectos de su vida, desconocidos para la gran mayoría, incluyendo también a los grandes medios de comunicación. No somos nosotros quienes hablamos de Juan Pablo II, sino que dejamos que sean sus hechos, sus palabras y sus pensamientos, los que hablen de él. Nosotros tan solo reflejamos todo ello en esta producción, con un enfoque nuevo, dinámico y comprensible, atrayente para el cualquier núcleo familiar* (LÓPEZ-GUARDIA, 2006).

En cuanto a la producción, cabe destacar que "han trabajado 22 ilustradores, grafistas, guionistas, realizadores, biógrafos e historiadores repartidos por toda España. Las tareas han sido coordinadas desde Vic por López-Guardia. El DVD se ha traducido a ocho idiomas y estará a la venta antes de navidades" (PERE PRATDESABA, 2006).

Al igual que en el caso anterior, este video no fue subido a internet desde una página oficial. Ni el Centro Televisivo Vaticano ni el Canal de Cavin Cooper Productions subieron a You Tube el video. Dos grupos vinculados con la Iglesia lo hicieron: ReligionAhlzahir y el siamex.

Con Religión Ahlzahir ha sido visto 17125 veces. Se trata del decimoprimer video más popular del canal, muy atrás de las diferentes parábolas en caricatura. En el caso del siamex (Sistema de Información de la Arquidiócesis de México), ha sido visto 12252 veces bajo el título "Dibujos animados sobre la vida de Juan Pablo II". Es el tercer video más popular del canal después de otro dedicado a la Catedral Metropolitana de México: "Siglos de armonía" (25743 vistas) y de la misa con motivo de los 200 años de la Catedral Metropolitana de México (13941 vistas).

Tabla 2: Lógica narrativa del video de Cavin Cooper en torno a la vida de Juan Pablo con los tiempos dedicados a cada episodio o bloques de episodios de la vida del papa.

Tiempos	Narrativa/relato
0 a 00’36’’.	Introducción. Cavin Cooper y título
00’37’’-01’19"	La narrativa inicia el 2 de abril de 2005. El marco temporal es muy claro y preciso: las fechas aparecen en la pantalla para ir orientando al espectador. Se pueden observar los fieles reunidos en San Pedro, a la expectativa de noticias en torno a la salud del Papa. Se realiza un acercamiento al cuarto desde donde el Papa Mandaba la bendición apostólica.
00'22"-02'39"	La narrativa quiere ser atractiva e involucra objetos y animales parlantes que interactúan entre ellos y con el espectador, al puro estilo Disney. Al inicio, Simona y Mateo, la pluma y el diario íntimo del papa, dialogan entre sí. Conversan sobre la enfermedad del pontífice. Se escuchan las campañas anunciando la muerte del pontífice y la música del Kyrie Eleison (Señor ten piedad de nosotros). El Papa, desde el cielo, sonriendo, se despide de ellos y del público.
02'40"- 04'55"	Llegan dos palomas, las de Juan Pablo II: Fiona y Piccolo. Las palomas, el libro y la pluma empiezan a recordar al papa. Lo presentan como el defensor de todos. "Que el Señor te premie", se oye a modo de plegaria comunitaria. Se ve al papa en la plaza de San Pedro. Papa como verdadero apóstol. Le dan sentido a su muerte y a la fecha de su muerte.
04'56"-12'49"	Empieza el recordatorio de la vida de Juan Pablo II. Su encuentro con sus palomas. Se insiste en su lado humano. Hombre lleno de amor y fe. Su dolor por ser huérfano de madre. Su apodo “Lolek”. Era un niño vivaz, buen estudiante y portero. Le gustaban los pasteles de crema de Wadovice. Fue monaguillo. Devoción mariana debido a la ausencia de su madre. Voces de Piccolo y Fiona narran su historia. Cuentan la historia de cómo se salvó de un accidente cuando un compañero disparó un arma en un restaurante en 1930. "Lolek” salvado muchas veces por Dios para que llevara a cabo su elevada misión. Le gustaba esquiar. Gran amistad con su hermano Edmund. Niño que disfrutaba la vida y a sus seres queridos. Pasaje con esquí y jugando con bolas de nieve. Risa y risa. Pero Edmund murió a los 26 años. Siempre insisten en lo que dice “Lolek”. Fue la voluntad de Dios. Lo entendió como un diseño divino y lo aceptó con resignación. La narrativa retoma su gusto por el teatro. Insiste en que destacó por estudios. Invitación a ser sacerdote, pero Karol Wojtila prefirió ser actor. Siempre quería aprender más. Estudió literatura polaca. Hizo su servicio militar. Amante del deporte. Jugaba ajedrez. Tocaba la guitarra. A sus 19 años Polonia fue invadida por la Alemania nazi.

continua...

Tiempos	Narrativa/relato
12'50"- 17'25"	Los estragos de la guerra. El trabajo en las canteras de Piedra. Se guardan las palomas de la paz. Siguen vivas pero resguardadas. Organización de una universidad clandestina. Las palomas lo acompañan y le llevan agua. Ayudó a Karol Wojtila a entender la fe e los trabajadores. Sigue la pasión por el teatro. Sigue actuando durante el conflicto. No solo actuaba aunque escribía obras con sentido cristiano. Se convirtió en un activo luchador contra la ocupación y ayudó a familias judías a salvarse y provocó la ira de la Gestapo. En 1941 murió su padre. Determinó su vocación.
17'26"- 18'40"	Seminario clandestino de Cracovia. En 1945 las tropas soviéticas expulsaron a los alemanes de polonian pero los soviéticos impusieron su propio sello de tiranía a Polonia. Presentan a Karol Wojtila en sacerdote relanzó en la Iglesia iluminado por una luz que cae del cielo, luz del mismo color que la que emana del sagrado presente en el tabernáculo. Sacerdote a los 26 años. Obispo a los 38. A los 43 arzobispo de Cracovia y a los 47 fue elevado cardenal por Paolo VI.
18'41"- 20'36"	Cardenal con cama de sencillez y cercanía con los fieles. 1978 fue el año de los tres papas. Murió Paolo VI. Le sucedió un cardenal italiano Albino Luciani. Quien tomó el nombre de Juan Pablo en honor a sus predecesores, Juan XXIII y Paolo VI. Murió 33 días después de haber sido nombrado pontifice. Ello provocó un nuevo conclave. Karol Wojtilia antes de las elecciones decidió hacer una excursión al santuario de la Santorela a unos 50 kms de Roma. De regreso se descompuso su auto. Se apoyó con un chofer de camión quien lo llevó a Roma. Regresó con autostop.
20'37"- 23'00"	El conclave. Llega de purpura tarde. Se disculpa por la tardanza. Todas las miradas sobre él. Imágenes de la capilla sextina. Musica Magnificat. La fumar a blanca. El 16 de octubre de 78 fue elegido sucesor de San Pedro rompiendo tradición de 400 años de escoger papas italianos.
23'01"- 24'44"	Resumen del impacto inesperado que tuvo Juan Pablo. Regreso a la oficina de Juan Pablo

El tercer video, el más corto de todos, fue creado después de la canonización de Juan Pablo II. Es un video pensado y hecho para difundirse en la Web 2.0. Este proyecto nació porque la mayoría de los integrantes de Catholic Link se consideran a sí mismos como "generación Juan Pablo II" (CATHOLIC NEWS AGENCY, 2014). Para ellos era importante realizar este proyecto después del

éxito obtenido con un video animado sobre el papa Francisco. En este proyecto participaron Garret Johnson, administrador de Catholic Link, y Mario Artieda Cassinelli, director del sitio (Catholic News Agency, 2014). De manera simbólica decidieron publicar el video en la página el 13 de mayo de 2014, fiesta de la virgen de Fátima, muy importante para Juan Pablo II (CATHOLIC NEWS AGENCY, 2014). Su objetivo era dejar en claro quién fue Juan Pablo y lo que lo hizo santo: no eran sus viajes, su papel diplomático ni su actuar con los pobres, sino su relación con Cristo.

De hecho, a diferencia de los demás videos, este arranca presentando a un grupo de jóvenes que se hacen la misma pregunta. El video fue subido a internet en el canal de quienes lo produjeron. Bajo el título "San Juan Pablo II un papa santo", está disponible en polaco, inglés, español, italiano, chino, japonés, hindi, alemán y francés. En polaco ha recibido 8,595 visitas; en italiano, 19,218; en inglés, 110,818; y en español, 237,779. Es decir, cada día recibe más de 200 vistas.

Es el quinto video más popular del canal de Catholic Link. El primer lugar lo ocupa un video con dos títulos: "El video que ningún protestante quiere ver" o "La verdad sobre la Iglesia Católica"; bajo cualquiera de sus dos títulos tiene más de 1 millón de reproducciones y cuenta con más de 3 millones de reproducciones en sus diferentes formas. El segundo video más visto es el del beato Juan Pablo II y los niños. Sigue el vídeo sobre la vida del papa Francisco, producido a manera de animación y cuyo éxito inspiró a los directivos de C*atholic Link* para hacer uno similar sobre Juan Pablo II. El video sobre Francisco cuenta con más de un millón de vistas en los quince idiomas en los que ha sido publicado: la mayoría de las reproducciones corresponden a su versión en español (478,317) y en inglés (256,243). En cuarto lugar, aparece un video en español que tiene más vistas que la versión española de Juan Pablo II: "Secreto de un noviazgo perfecto".

El video empieza con el papa Francisco declarando a Juan Pablo II santo. A continuación, aparecen jóvenes hablando de la declaración de santidad de Juan Pablo II. Los jóvenes, que están en la plaza de San Pedro, se preguntan qué es lo que ha hecho que Juan Pablo sea santo.

La narrativa es simple, atractiva y ágil. Los jóvenes se identifican con los personajes y las preguntas. Las animaciones hacen que sea todo muy dinámico y rápido. Cada episodio de la vida de Juan Pablo II no dura más de 10 segundos y toda la narrativa lleva a las virtudes del papa para coronar el video con lo más importante, la cercanía con Cristo. No es que sufrió mucho y nunca perdió la esperanza (Sus múltiples orfandades, la situación de su país, la invasión nazi, la invasión soviética). No es tampoco su gran cultura y humanidad. Amaba los deportes y la belleza del campo. Se aprecia al papa practicando esquí y

tropezándose con un árbol. El tono es fresco. No hay pretensión de exactitud histórica. Se muestra su brillantez, su destacado desempeño académico, su equilibrio entre actividades intelectuales y deportivas, su humildad, su trabajo como obrero… Se preguntan si fue santo por sus viajes: hablan de sus 250 visitas pastorales, sus 129 países visitados, sus 14 encíclicas, la creación de las Jornadas Mundiales de la Juventud. Se preguntan también si fue santo por su defensa de los derechos humanos, resaltando nuevamente su papel durante la ocupación nazi de Polonia, su lucha contra los movimientos totalitarios y, en particular, contra el comunismo.

En este momento de la narración, los jóvenes, blancos, negros, latinos, quienes fueron formulando las preguntas, se ven acompañado por un sacerdote que les hace notar que se están olvidando de un punto esencial: Juan Pablo ha sido proclamado santo porque ha puesto a Jesucristo en el centro de su vida. La esperanza es más fuerte que el miedo, y el amor más fuerte que la muerte. En este momento se menciona el atentado que sufrió en 1981 y cómo perdonó al hombre que le disparó. Juan Pablo II no fue solamente activo, fue profundamente apostólico. Aprovechan para mostrarlo de manera más cercana, con guantes de box luchando por los derechos del no nacido, de los pobres, rechazando a golpes las bombas del nazismo. Lucho por el derecho a creer. "Un mundo sin Dios es un mundo sin alegría, sin belleza, sin verdadera humanidad." Invitó a no tener miedo. Puso toda su energía al servicio de Cristo con todas sus fuerzas hasta el fin de su vida. Cierran el video con la virgen de Fátima abrazando al papa, ya cansado. En la imagen se ve el lema del papa, *Totus Tuus,* y el agradecimiento al Señor con las palabras de su madre.

CONCLUSIONES

Las nuevas narrativas digitales empleadas para la promoción de las figuras de los santos aprovechan plenamente los atractivos visuales y los recursos que ofrecen las nuevas tecnologías de información y comunicación. Sin embargo, la narrativa y la forma de presentar al santo es muy similar a las de las leyendas doradas o de las hagiografías tradicionales. Las propuestas pensadas específicamente para niños y familias ofrecen distractores visuales o acompañantes de la narrativa que resaltan los aspectos tradicionales de la vida de los santos: la conversión real, el encuentro con Cristo, los milagros, la ejemplaridad. Se juega con aspectos de la cotidianidad para permitir que el imaginario infantil desarrolle el deseo de mimetizarse con la vida del santo: se emula el deseo de encontrarse con un dios vivo.

Sin embargo, ante la sobre exposición a estímulos en redes sociales y el peso cada vez mayor de los *youtubers* (quienes, desde los ocho, nueve o diez años, empiezan

a producir y crear tendencias entre los niños de su misma edad), los animadores que trabajan para el público infantil recurren al *grassroot video:* con sus dispositivos móviles y a bajo costo, con una producción rápida, realizan videos divertidos, cortos y simples que compiten con producciones más elaboradas y pensadas para niños. Para los nuevos e-vangelizadores, los videos subidos a You Tube (ya sea que se trate de videos pensados para las nuevas generaciones o para la televisión) representan una serie de recursos que apoyan su tarea de promoción del evangelio.

Ahora bien, se debe tomar en cuenta que el papel de los padres de familia es cada vez mayor, pues ellos son quienes, a través de estos desarrollos tecnológicos y las nuevas narrativas digitales, pueden elegir lo que ven o no ven sus hijos. En este sentido, tal vez toda esta búsqueda de atractivo visual no esté pensada solamente en función del *target* niño o niña, sino también de la familia que, en última instancia, es la que decide canalizar o no estos materiales a sus hijos. Así, los videos buscan también que los padres de familia abracen las nuevas tecnologías (sin quitar su peso negativo a los *smartphones)* y promueven a través de las diferentes plataformas digitales un mensaje que, si bien no se ha actualizado, ha sido remozado.

El tema de la relación entre *mass media*, redes sociales, web 2.0 y YouTube seguirá atrayendo la atención durante los próximos años. Se trata de un fenómeno que sigue asombrando a los investigadores, puesto que quienes reflexionan en torno a él han visto y conocen lo que era el uso de *mass media* antes de tener un *smartphone* o acceso y conectividad permanentes a internet. Sin embargo, no todos los habitantes del planeta han vivido la revolución del internet, ni todos han experimentado la revolución del libro. En este sentido, la Iglesia católica sigue teniendo múltiples canales para que por radio, televisión de paga o canal de YouTube la fe y el evangelio puedan llegar no solo a todos los rincones de la World Wide Web, sino a los lugares más remotos, donde la única manera de escuchar la palabra de Dios sigue siendo a través de la voz del sacerdote.

VISUAL AND DYNAMIC HAGIOGRAPHIES: THE USE OF YOUTUBE FOR THE PROMOTION OF SAINTS IN KIDS

Abstract: *in the Age of You Tube and Facebook, new ways of religiosity are appearing in the Web 2.0, some institutional but many create by single believer. This recent phenomena require both a theoretical and methodological treatment. New cases of promotion of saints and sanctuary are born with the emergence and development of Internet and social digital networks. This article aim to promote a reflection about new Digital Narratives, known also as Digital Storytelling, (DST) focused on kids and family. Using the case of the promotion in Spanish*

language of John Paul II the idea is to show changes and continuities between DST and more traditional narrations of saint's promotions.

Keywords: *Sainthood. Kids. Digital Storytelling. E-vangelization. John Paul II.*

Notas

1 Catholic Net es un Portal católico animado por jóvenes que recopilan y comentan videos, películas, fotos en lo que ellos visualizan como la Nueva Evangelización.

2 Hess se refiere a los materiales diseñados por los Centros de Narrativas Digitales de Berkeley, San Francisco, y Denver, Colorado. https://www.storycenter.org/

3 DST por sus siglas en inglés. Digital Stroytelling.

4 En 1977, David Haxton Carswell Read partía ya de los audio libros para entablar una reflexión en torno a los mass media y el mensaje de lo escrito y leído. (CARSWELL READ D.H 1977)

5 El idioma inglés simplifica esta complejidad creando el concepto de textuality, que a veces se traduce en castellano con el barbarismo textualidad, que si bien no existe oficialmente permite entender la complejidad e integralidad de la construcción literaria.

6 Pew Research Center (2012). Social Networking Popular across Globe. Arab Publics more Likely to Express Political Views Online. (http://goo.gl/jBUP9L) (21-08-2014).

7 INEGI (2014). Módulo sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares, 2014 (http://goo.gl/0exYcI) (14-04-2015).

8 La Radio Vaticana, montada por Gulielmo Marconi, comenzó sus transmisiones el 12 de febrero de 1931. Hoy en día sigue transmitiendo vía onda corta, onda media, frecuencia modulada, satélite e internet.

9 Para contestar esta pregunta sería necesario hacer un estudio de los creadores de contenidos en sí, y no tanto un análisis de las narrativas digitales, que son el resultados de su producción.

10 Sobre esta reflexión en torno a la Iglesia católica y los nuevos medios de comunicación una parte más amplia ha sido publicado en SOLIS, Y. "De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube". Guadalajara: Intersticios Sociales. Año 5. Núm. 10. Septiembre. 2015.

11 Ibidem.

12 www.vatican.va

13 Existen dos ejemplos de las nuevas hagiografías o libros de los santos promovidos a través de YouTube. Uno sobre Juan Pablo II y el otro sobre el actual papa, pero que sigue la misma narrativa y construcción de vida. La vida de Juan Pablo II: https://www.youtube.com/watch?v=YGIfiChItd4&annotation_id=5368f67f-0000-24ae-9642-001a113a8ecc&src_vid=qOOc0mM8JYs&feature=iv y la vida del papa Francisco: https://www.youtube.com/watch?v=aMPu5uev-Ek.

14 El video más popular de su canal es un programa de TV en torno a la vida de Francisco de Sales para niños

15 Los cortes temporales y las temáticas no son fruto de la producción, sino resultado del análisis de la narración. Aparece primero la descripción de lo representado y después los tiempos de cada episodio.

16 José Luis López-Guardia ha trabajado no solo para Disney, sino para Nickelodeon. Él fue el creador de la mascota de Chocopic y de Quicky, la mascota del cereal Nesquick, así como de D'Artacan y los Mosqueperros o de Willy Fog, entre otros personajes. (LÓPEZ TEULÓN, 2014).

17 Cabe destacar que, en 2001, el creador de Arsenio Lupin, Mario Verger, realizó un corto animado de 6 minutos en torno a Juan Pablo II, titulado "Wojtyla", dirigido a adolescentes y adultos.

Referências

CAMPBELL H. Religion and the Internet. *Communication Research Trends*, Vol. 25 No. 1. 3-43. 2006.

CAMPBELL, H y GARNER S. *Networked theology : negotiating faith in digital culture*. Grand Rapids: MI Baker Academy. 2016.

CAMPBELL, H. "How Religious communities negotiate new media religiously" in Pauline Hope Cheong, et Al. *Digital religion, Social Media and Culture*. New York: Peter Lang, 2012.

CAMPBELL, H. *When religion meets new media*. London, New York: Routledge. 2010

CAMPBELL, H. Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12: 1043–1062. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x. 2007.

CARSWELL READ, D.H. *The Media and the Mind of Christ*. New York : Broadcasting & Film Commission, National Council of the Churches of Christ in the U.S.A. 1977.

CATHOLIC NEWS AGENCY, Saint John Paul in cartoon. 28 de mayo de 2014. https://www.youtube.com/watch?v=c-r3wILEdFc.

CHEONG P.H. y ESS C. "Introduction: Religion 2.0? Relational and hybridizing pathways in religion, social media, and culture" in Pauline Hope Cheong, et Al. *Digital religion, Social Media and Culture*. New York: Peter Lang, pp.1-21. 2012.

CHING-TING, H; MING-CHAUN, L; CHIN-CHUNG, T. The Influence of Young Children's Use of Technology on Their Learning: A Review. *Journal of Educational Technology & Society*. 17, 4, 85-99, Oct. 2014. ISSN: 14364522.

EWTN, "Misión corporativa de EWTN, Global Catholic Network,"Irondale, Alabama, 2017. http://www.ewtn.com/general/spanish/mission.htm.

FOLEY J.P, PASTORE P. Ética e Internet, Roma: Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. 2002.

FOLEY J.P, PASTORE P. *La Iglesia e Internet,* Roma: Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. 2002.

FRANCISCO, Carta Apostólica en forma de "Motu Proprio", del Sumo Pontífice Francisco, Institución de la Secretaría para la Comunicación, Roma, San Pedro, 27 de junio de 2015, en http://w2.vatican.va/content/francesco/es/motu_proprio/documents/papa-francesco-motu-proprio_20150627_segreteria-comunicazione.html

FRANCISCO, Mensaje del Santo Padre Francisco para La XLIX Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales Comunicar la familia: ambiente privilegiado del encuentro en la gratuidad del amor, 23 de enero de 2015, en: http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/

communications/documents/papa-francesco_20150123_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

FRANCISCO, Mensaje Del Santo Padre Francisco, para La XLVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro, domingo 1 de junio de 2014 en: http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

GONZÁLEZ-LIZÁRRAGA, M; BECERRA-TRAVER, M; YANEZ-DÍAZ, M. Ciberactivismo: nueva forma de participación para estudiantes universitarios. : Cyberactivism: A new form of participation for University Students. Comunicar. 24, 46, 47-54, Jan. 2016. ISSN: 11343478.

GUTNICK, A. L. et al. Always connected: *The new digital media habits of young children. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop*, New York. 2011. Retrieved from http://www.joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2011/03/jgcc%5Falwaysconnected.pdf

HESS, M. E. A New Culture of Learning: Digital Storytelling and Faith Formation. *Dialog: A Journal Of Theology*, 53(1), pp. 12-22. 2014. doi:10.1111/dial.12084.

HOOVER, Stewart M. "Foreword: Practice, Autonomy, and Authority in the digitally religious and digitally espiritual." in Pauline Hope Cheong, et Al. *Digital religion, Social Media and Culture*. New York: Peter Lang, p . viii. 2012.

HORSFIELD, P, HESS M.E, MEDRANO A.M. y HENRIQUEZ J. (eds.). *Medios y Creencia, perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático,* Ciudad de México: Universidad Iberoamericana, Plaza y Valdés. 2007.

IMISIÓN. *"Quienes somos"*. 2013. http://imision.org/quienes-somos/

JAVORSKY, K; TRAININ, G. Teaching Young Readers to Navigate a Digital Story When Rules Keep Changing. *Reading Teacher*. 67, 8, 606-618, May 2014.

JUAN PABLO II, Mensaje del Santo Padre para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales "Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio", 12 de mayo de 2002, en: http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html

KOCAMAN-KAROGLU, A. Telling stories digitally: an experiment with preschool children. Educational Media International, 52(4), pp. 340-352. 2015. doi:10.1080/09523987.2015.1100391.

KU¨RSCHNER-PELKMANN F. Von gutenberg bis internet: Kirchen und soziale communication. Hamburgo, Alemania: Evangelisches Missionswerk in Deutschland. 1997.

LÓPEZ TEULÓN, J. "Juan Pablo II: el amigo de toda la humanidad". Blog Victor in vínculis. 16 de abril de 2014. https://www.religionenlibertad.com/juan-pablo-ii-el-amigo-de--toda-la-humanidad-35070.htm

LÓPEZ-GUARDIA. "Una superproducción de animación sobre Juan Pablo II". Entrevista al productor de la película «El amigo de toda la humanidad», José Luis López-Guardia, alias Cavin Cooper.

MANGEN, A. What Hands May Tell Us about Reading and Writing. *Educational Theory*. 66, 4, 457-477, Aug. 2016. ISSN: 00132004.

MCDONELL, J. y TAMPIETS F. (eds.) *Comunicating faith in a tecnological Age,* England: St Paul Publication. 1989

MEHLAFF, R. “Churches Using Internet for Social Working”, The Christian Century, Vol. 125, N°16, 12 de Agosto de 2008, citado en Mark D. Johns “Voting “present”: religious organizational groups on facebook” in Pauline Hope Cheong, et Al. *Digital religion, Social Media and Culture*. New York: Peter Lang. 2012

O’CONNOR, M.J, FERRARI-TONIOLO A., DESKUR, A.M. Instrucción pastoral Communio et Progressio sobre los medios de comunicación social preparada por mandato especial del concilio ecuménico Vaticano II. Roma: Pontificia Comisión para los medios de Comunicación Social. 18 de mayo de 1971.

PAOLO VI. Mensaje del papa Paolo VI para la I jornada mundial de las comunicaciones sociales “Los medios de comunicación social”, 7 de mayo de 1967, en: http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19670507_i-com-day.html

PAOLO VI. Mensaje del papa Paolo VI para la XII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, “ El hombre como receptor de las comunicaciones sociales: esperanzas, derechos y deberes”, 23 de abril de 1978, en: http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19780423_xii-com-day.html

PERE PRATDESABA, “Un estudio presenta una película de dibujos sobre Wojtyla”, *Diario de Córdoba*. 18 de octubre de 2006. http://www.diariocordoba.com/noticias/sociedad/estudio-presenta-pelicula-dibujos-wojtyla_277837.html

PLOWMAN, L; MCPAKE, J. Seven Myths About Young Children and Technology. *Childhood Education*. 89, 1, 27-33, Jan. 2013. ISSN: 00094056.

REYNOLDS J.M. y OVERTON R. (2009) *New Media Frontier : Blogging, Vlogging, and Podcasting for Christ.* Wheaton : Good News Publishers/Crossway Books.

SEGRETRIA PER LA COMUNICAZIONE, “Segreteria per la comunicazione, Secretaria pro communicatione”, Santa Sede, Vaticano, 2017. http://www.vatican.va/roman_curia/segreterie/segreteria-comunicazione/documents/segreteria-per-comunicazione_profilo_it.html

SHELTON, C., WARREN, A., & ARCHAMBAULT, L. Exploring the Use of Interactive Digital Storytelling Video: Promoting Student Engagement and Learning in a University Hybrid Course. *Techtrends: Linking Research & Practice To Improve Learning*, 60(5), 465-474. 2016. doi:10.1007/s11528-016-0082-z

SOLIS, Y. ¿Camino a la Santidad en épocas digitales?: El caso de Luís María Gonzaga Martínez Rodríguez en Marisol López Menéndez (Coord.) *Mártires, santos, patronos. Devociones y santidad en el México del siglo XX*, Ciudad de México: UIA. 2016.

SOLIS, Y. “¿Santo conspirador u hombre de paz y caridad? El fabuloso destino de Luis María Gonzaga Martínez, Siervo de Dios”, en Elizabeth Judd y Fortunato Mallimaci, Cristianismos en América Latina, Tiempo presente, historias y memorias, Buenos Aires: Clacso-Crop, pp. 29-59. 2013.

SOLIS, Y. “De la centralización romana a la descentralización de las redes sociales: la promoción de la figura de Luis María Martínez, Siervo de Dios, en la Web 2.0. YouTube”. Guadalajara: Intersticios Sociales. Año 5. Núm. 10. Septiembre. 2015.

SPADARO, A. C*ompartir a dios en la red.* Barcelona: Herder Editorial. 2016.

SPADARO, A. *Cybertheology : thinking Christianity in the era of the Internet.* New York:

Fordham Univ. Press. 2014.

WAGNER, R. *Godwired Religion, ritual and Virtual Reality*. London: Routledge. 2012.

ZABALA, I.F. "Videos para enseñar doctrina cristiana a niños y jóvenes." Aceprensa. 9 de enero de 2002. http://www.cprensa.com/m/articles/v-deos-para-ense-ar-doctrina-cristiana-a-ni-os-y-j/