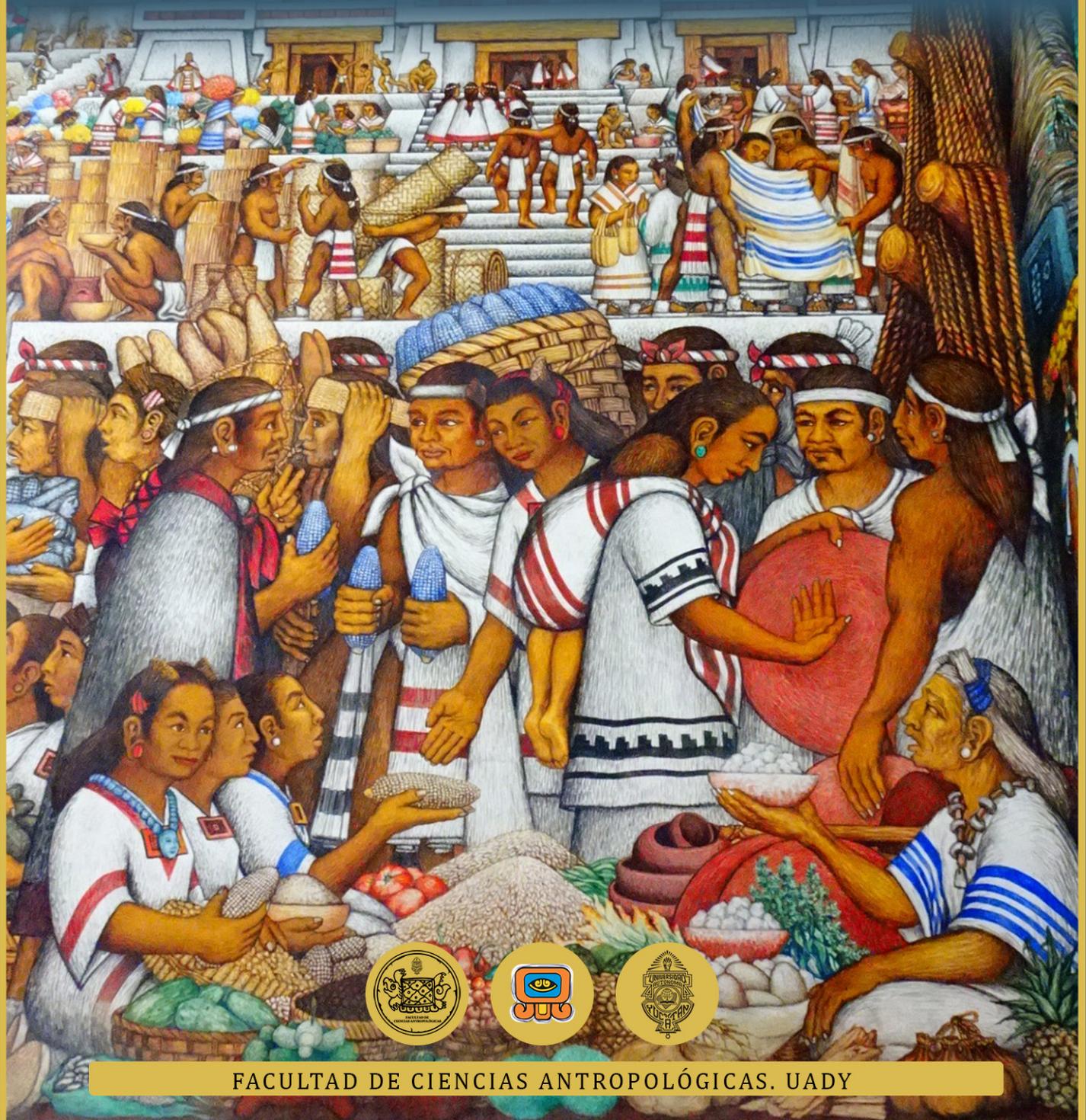


Antrópica

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades





Entrevista a Barbé Riesco: La divulgación cultural y la información especializada en temática religiosa

An interview with André Barbé Riesco: Cultural dissemination and specialized information on religious issues

José Antonio Abreu Colombri

Universidad de Alcalá (España)

<https://orcid.org/0000-0002-8698-6493>

abreucolombri@gmail.com

Recibido: 16 de octubre de 2022.

Aprobado: 17 de mayo de 2023.

Resumen

La propuesta de entrevista fue elaborada en la última semana del septiembre de 2020. Por el contexto pandémico de aquellas fechas, el cuestionario fue enviado a través de correo electrónico. Durante el mes de octubre de 2020, amablemente, André Barbé Riesco, director y productor de cine documental, redactó el cuerpo del documento que se presenta a continuación. La temática de la entrevista se centra en la complejidad de la creación y comercialización de productos audiovisuales compuestos de elementos de información especializada en temática religiosa, ya que este tipo de proyectos cinematográficos suelen ir acompañados de polémicas propias de la motivación creativa y la ética divulgativa. En los diferentes apartados de la entrevista se profundiza en cuestiones como las dificultades económicas del proceso de creación cultural, los aspectos socio-culturales de la región gallega, las dificultades narrativas de fenomenología religiosa, la cobertura periodística de las noticias de naturaleza eclesial, el proceso de ideologización de la mentalidad de cada generación, la pervivencia de las tradiciones ancestrales en el mundo digital, el mensaje de “Fátima en Galicia” (largometraje documental) y la trayectoria profesional del entrevistado.

Palabras clave: Historia, religión, medios de comunicación, cine documental, divulgación cultural.

Abstract

The interview proposal was prepared in the last week of September 2020. Due to the pandemic context of those dates, the questionnaire was sent via email. During the month of October 2020, kindly, André Barbé Riesco, director and producer of documentary film, wrote the body of the document that is presented below. The theme of the interview focuses on the complexity of the creation and marketing of audiovisual products made up of elements of information specialized in religious themes, since this type of film projects are usually accompanied by controversies of creative motivation and informative ethics. In the different sections of the interview, questions such as the economic difficulties of the cultural creation process, the socio-cultural aspects of the Galician region, the narrative difficulties of religious phenomenology, the journalistic coverage of news of an ecclesiastical nature, the process of ideologizing the mentality of each generation, the survival of ancestral traditions in the digital world, the message of “Fátima en Galicia” (documentary feature film) and the professional career of the interviewee.

Keywords: History, religio, media, documentary film, cultural dissemination.

Introducción

Tras el final de la dictadura del general Francisco Franco, se produjo un proceso de descentralización política en España, que indirectamente fomentó el surgimiento de multitud de medios de comunicación, tanto de carácter público como privado. A su vez, esta remesa de entes y corporaciones fomentó el surgimiento de multitud de agentes de producción audiovisual. Gracias a ello, el género documental, en cualquiera de sus variantes temáticas y formales, alcanzó un desarrollo significativo en todas las regiones del país. A pesar de que muchos de estos contenidos audiovisuales de carácter local y nacional fueron concebidos para un público concreto, muchos proyectos documentales trascendieron entre diferentes grupos de espectadores hispanohablantes y, además, acabaron ejerciendo influencia sobre las metodologías de diseño y producción de cine documental en algunos países de América Latina.

En el momento actual, dentro de los marcos conceptuales y legales del laicismo, los productores cinematográficos tienen que desarrollar su labor de divulgación cultural de manera calculada, porque las múltiples sensibilidades de la audiencia pueden desatar una espiral de controversias y acusaciones de propaganda y dirigismo ideológico. Habitualmente, muchos agentes comunicativos (situados fuera y dentro de las organizaciones eclesásticas) reciben acusaciones de estar al servicio de proyectos proselitistas y de tener objetivos promocionales. Lo cierto es que el metraje de Barbé Riesco (siendo “Fátima en Galicia” un trabajo referencial) suele arrojar luz sobre la cultura popular, la concomitancia entre comunidades del catolicismo, la dicotomía entre la sociedad rural y la urbana, la transformación discursiva y la pervivencia de cultos cristianos preindustriales.

José Antonio Abreu Colombri (JAAC): - A día de hoy, con las incertidumbres subyacentes de la pandemia, la producción cultural está pasando por un momento complicado en los países europeos. ¿Qué aspectos destacaría usted de su trayectoria académica y sus logros profesionales?

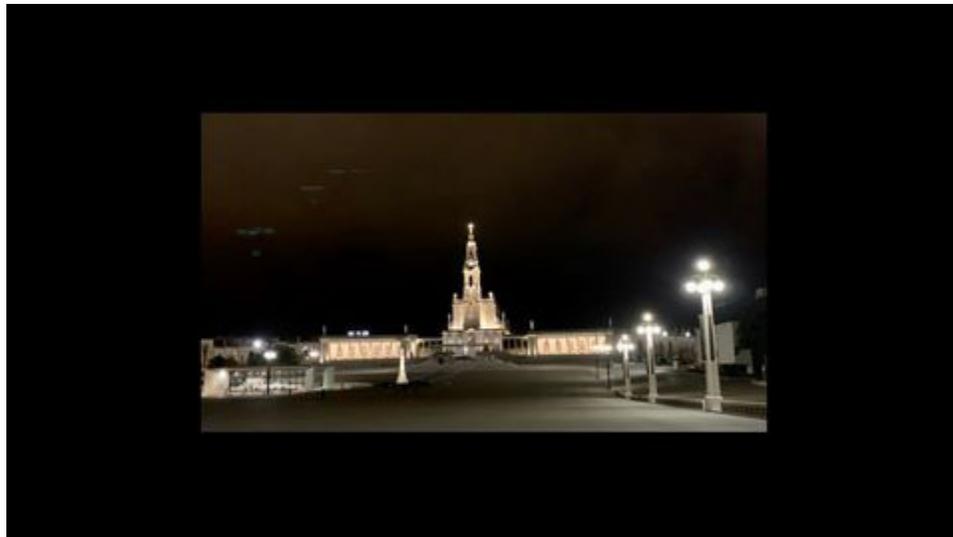
André Barbé Riesco (ABR): - Soy médico cirujano, aunque hace ya unos cuantos años “colgué los guantes” para dedicarme de lleno a la producción audiovisual. La productora que fundé en 1989 —quizá ahora la decana del audiovisual gallego— se especializó a lo largo del tiempo en temas de contenido social para Televisión de Galicia, pero ha realizado desde películas para cine hasta series y TV-movies. También hemos sacado adelante muchos documentales, tanto para cine como para televisión, y entre ellos varias biografías de personas en proceso de canonización. La plantilla de Formato Producciones es ideológicamente ecléctica, pero a todos nos atrae el fenómeno religioso, algunos —considero que afortunados— desde la vivencia de la fe, otros desde una fascinación puramente humana por “esa historia de amor con Dios” que no acaban de comprender pero que siempre resulta atrayente.



JAAC: - La región de Galicia tiene unos vínculos muy estrechos con todo el territorio portugués. La cultura popular y la mentalidad religiosa son prácticamente idénticas a ambas orillas del río Miño. ¿Por qué la fenomenología religiosa ha marcado tanto a la sociedad gallega y portuguesa durante la Edad Contemporánea? ¿Se han producido algunas transformaciones en la opinión pública con motivo del centenario de las apariciones marianas en Fátima?

ABR: - Considero que la “marca” de la sociedad gallega es igual a la del resto de comunidades de España. La Iglesia ha sido un elemento vertebrador de España como país, como cultura, durante muchos años, con sus aciertos y sus errores. Sí es cierto que en Galicia la fe se vive de una forma propia, con muchas muestras de unas creencias precristianas que han seguido existiendo al socaire de la propia Iglesia, que ha preferido incorporar esas creencias en vez de perseguirlas. Así, cada vez que vemos una cruz de piedra en un cruce de caminos (un “cruceiro”) estamos contemplando unas creencias que son anteriores al cristianismo, pero que se han encauzado y “normativizado” en gran medida. Esa fe primitiva no mancha el cristianismo, sino que le da un sabor local, popular, que resulta muy interesante. Incluso la forma de ser gallega nos remite a ser de determinada “parroquia”, una forma de recordarnos que la Iglesia está siempre presente.

En cuanto a las transformaciones en la opinión pública con respecto al centenario: No. La gran mayoría de la sociedad, por desgracia, no sabe nada. Ese fue uno de los motivos para movernos a realizar este documental, para mostrar la enorme fuerza de Fátima en Galicia.



Fuente: *La Voz de Galicia*, 15 de febrero de 2021 (Arteixo, A Coruña).



JAAC: - Los testigos presenciales de las apariciones marianas de Fátima se convirtieron en auténticas celebridades desde 1915. ¿La residencia de Lucía dos Santos en la provincia de Pontevedra contribuyó a la propagación del culto mariano en Galicia? ¿Por qué los gallegos que participan en el documental consideran a la Virgen de Fátima como propia? ¿Cuáles son los veneros cinematográficos que inspiran la dirección del documental ‘Fátima en Galicia’?

ABR: - La residencia de sor Lucia —no Lucía, que esa corrección, ese pequeño matiz de acentos lo tuvimos que aprender desde el principio en el documental— en Galicia pasó desapercibida... Hasta sus propias compañeras hablaban poco del caso. Eso permitía a sor Lucia hacer su trabajo con total tranquilidad. Es curioso, porque el culto a la Virgen de Fátima se extendió por Galicia sin contar con la ayuda de sor Lucia. ¿Por qué, entonces, tantos gallegos consideran a la Virgen de Fátima como propia? Pues, en primer lugar, por proximidad geográfica e idiomática. En segundo lugar, por proximidad espiritual: Fátima es algo que muy bien podría haber pasado en Galicia, o en Zamora, o en Asturias, eso hace que sintamos como muy próxima los sucesos. Y, en tercer lugar, está el factor tiempo: Fátima es actual. Estamos viviendo todavía lo anunciado en Fátima. Establecer comparaciones parece ofensivo, porque el mensaje es eterno, pero... Lourdes sucedió en el siglo XIX, Fátima a lo largo del siglo XX. Ahora que lo pienso, quizá haya apariciones en el siglo XXI, ¡ya toca! Si hay apariciones en este siglo, Formato Producciones estará allí intentando registrarlos para que lo vea todo el mundo.

JAAC: - Los medios de comunicación suelen acercarse a la información religiosa desde modelos especializados. ¿Cómo encaja la temática cristiana en la información periodística generalista? ¿Existe una gran brecha entre el relato eclesial y el relato periodístico en la actualidad? ¿El tratamiento informativo respecto a Fátima es diferente en Galicia respecto al resto de España?

ABR: - Encaja mal. La prensa es sensacionalista y de consumo rápido, no encaja con la eternidad. Por otra parte, hay que reconocer que la narrativa eclesial está muy lejos de conectar con el *mainstream* de la comunicación social actual. Creemos que ahí hay un nicho para poner en conexión un mensaje y sus receptores. El mensaje es eterno, obviamente, pero hay que actualizar la forma en que se envía. Tenemos que hacerlo más accesible al gran público. Por eso buscamos la emoción, ese detalle humano que es fácil de compartir en televisión. A lo largo del tiempo hemos tenido más y más claro que la televisión sirve para transmitir emociones, no datos ni estudios profundos. Sirve para ese “primer impulso”, para descubrir, para sentir la fascinación por algo. Luego, si te quieres adentrar en el conocimiento de esa materia acudirás a libros, o incluso a vídeos didácticos si sólo pretendes chapuzar en las orillas de ese algo. El medio que uses para transmitir la



información limita su función. En resumen: la televisión transmite emociones, no datos, no conocimiento en profundidad. Eso se adquiere en otros lugares, en otros contenedores de información.

JAAC: - El proceso productivo del cine documental está muy estandarizado y suele regirse por una serie de coordenadas rígidas. ¿Qué rasgos básicos debe tener un buen documental de temática histórica y religiosa? ¿Por qué el género documental suele tener menos atractivo entre los consumidores de productos audiovisuales? ¿Por qué las empresas de distribución y las salas de cine consideran que el género documental es menos rentable?

ABR: - ¿Es “menos rentable”? ¿Seguro? Comparando los costes de producción, no parece que la rentabilidad sea tan exigua. Hemos tenido pérdidas en la productora por invertir en cine, en ficción, pero nunca por hacer un documental. Y, en caso de haberlas, habrían sido mínimas. Si hablamos de distribución en salas de cine... bueno, ahí la cosa es distinta. Los documentales están a la cola, son productos independientes y ocupan el último lugar en la cola. Quizá sería necesario crear un circuito de cine documental además de uno de cine independiente.

JAAC: - Las manifestaciones de religiosidad y cultura popular entorno a los centros de peregrinación mariana suelen despertar una gran controversia. ¿Por qué los sectores laicos e irreligiosos rechazan con tanta vehemencia la fenomenología mariana? ¿Por qué los poderes públicos suelen mostrarse incómodos ante los nuevos interrogantes surgidos de las manifestaciones marianas? ¿Por qué el nacionalismo y el conservadurismo portugués ha pretendido ejercer una especie de monopolio sobre la cuestión de Fátima?

ABR: - Hemos tenido una experiencia desagradable alrededor de este documental, causada por ese rechazo: en un momento del guion se comenta la poca repercusión que tiene la presencia de sor Lucia en Pontevedra, y el OFF se pregunta si no deberíamos potenciarlo, aunque sólo fuese desde un punto de vista crematístico, turístico... Recordando que el Camino de Santiago trae recursos a Galicia, ¿por qué no potenciar las apariciones marianas en Pontevedra, un hecho casi desconocido hoy en día? El problema es la oposición en Pontevedra llevó esa misma pregunta a un pleno... y el partido del gobierno arremetió contra los “meapilas”. Curiosamente la frase en el documental la escribió un guionista nada creyente, que tan sólo buscaba abrir una vía para interesar a más gente en un hecho histórico. Pero al mezclarse la política, todo parece corromperse, todo parece sucio.



Quizá esos problemas sean los que marcan la “incomodidad” a la hora de hablar de apariciones marianas, igual que de cualquier otra cosa relacionada con la fe. Existe miedo a definirse como creyente, y se tiende a olvidar que la mayor parte de la población es creyente.

En cuanto a porqué el nacionalismo y el conservadurismo portugués han pretendido ejercer una suerte de “monopolio”, me remito a la primera parte de la respuesta: existe una vertiente económica que no debemos olvidar. Crear una vía de peregrinación en Pontevedra no supondría problema alguno a la ciudad, pero traería dinero... El dinero siempre crea problemas.



Fuente: *La Voz de Galicia*, 19 de abril de 2022 (Arteixo, A Coruña).

JAAC: - La comunidad académica valora de forma muy diferente la labor de divulgación histórica y sus resultados. ¿Cuáles son las razones por las que el mundo académico suele fracasar a la hora de acercarse al público no especializado en temática histórica-religiosa? ¿Qué valor tienen las fuentes orales a la hora de producir documentos de divulgación audiovisual?

ABR: - La televisión se dirige al gran público, la televisión funciona con emociones, no con razonamientos largos. Debemos emocionar. El mundo académico, por el contrario, desprecia la emoción (como es natural). En ocasiones, cuando hablamos con un académico, tenemos que “desinstalarlo” de su forma de hablar para que pueda llegar a conectar con el gran público. Las “fuentes orales” son los testimonios de personas, personas que transmiten eso que tanto necesitamos: emoción. El amor es la más importante de las emociones, y hablamos de Amor con mayúsculas, de una emoción a la que la razón no llega. Una pobre niña pastora puede llegar a ser testigo privilegiado de esa emoción, y puede llegar a transmitirla con más facilidad que mil congresos sesudos y profundos.



JAAC: - Teniendo en cuenta el auge actual de los centros de peregrinación mariana en toda Europa. ¿A qué se debe esa popularidad? ¿Los medios de comunicación tratan correctamente los contenidos informativos relativos a los sentimientos religiosos? ¿Los estudios históricos son fieles a la realidad socio-cultural y teológica de Fátima?

ABR: - Vivimos en tiempos turbulentos. Las órdenes como los Cartujos que se aíslan de esta sociedad resulta que tienen muchas peticiones de ingreso, incluso estancias temporales de personas que encuentran la paz entre sus paredes. Cada vez más gente está perdida, buscando una salida. Muchas personas viven una experiencia que les permite “resetear” su espíritu haciendo el Camino de Santiago, o durante una convivencia espiritual, o en una peregrinación mariana. A eso se debe esa “popularidad”. Haz la prueba y lo comprobarás.

Los medios de comunicación se han convertido en medios de incomunicación. Cuando nuestros jóvenes dicen que aspiran a ser “famosetes de la tele” es que en algo está fallando esta sociedad, y —desde luego— los medios de comunicación ¡Alguna responsabilidad tendrán!

Existen muchos estudios históricos sobre Fátima, nosotros no somos expertos en ese tema. Sólo pretendemos despertar en el espectador la chispa del interés... si el espectador decide avivar —o no— la llama, será su decisión.

Conclusión

Aparentemente, los proyectos sobre divulgación histórica y cultural, a pesar de que suelen ser cuestionados desde varios enfoques ideológicos y metodológicos, representan un esfuerzo estratégico de los medios de comunicación de carácter público. El mecenazgo institucional en España —donde se incluye la labor de las corporaciones mediáticas autonómicas— tiene una agenda muy ambiciosa desde hace décadas, ya que pretende llegar al mayor grupo de consumidores de productos audiovisuales posible. No obstante, esa ambición estratégica tiene un efecto cuantitativo sobre el número de documentales producidos, a pesar de que la repercusión de los mismos es muy limitada, porque este tipo de largometrajes y seriales es consumido exclusivamente por ciudadanos que demandan una información especializada muy concreta. En una fase de gran crecimiento del género documental, la transformación de los hábitos de consumo ha hecho triunfar a los contenidos ofertados en grandes plataformas digitales de pago por visión y emisiones televisivas analógicas, mientras que ha condenado a una situación comercial excepcional a las salas de cine y centros que ofertan proyecciones de documentales. A pesar de todo, opiniones relativas y registros estadísticos inducen a pensar que la divulgación de aspectos culturales y de elementos informativos



—en el caso de estudio de las tradiciones rituales y los fenómenos religiosos existe una tendencia similar— se ve favorecida por los formatos audiovisuales de forma tangible. Es necesario añadir que, en un ciclo expansivo como el actual, no todas las producciones documentales muestran el mismo rigor y esfuerzo de innovación en el proceso de documentación, montaje y edición. ☯



Referencias

- (2022). “La diócesis prepara para el mes de junio una peregrinación al santuario mariano de Lourdes”. *La Voz de Galicia* (Ed. digital 19 de abril 2022), pp. 1. Recuperado de: [https:// www.lavozdeg Galicia.es/noticia/internacional/2021/02/15/span-langgl-santuario-fatima-reinventaspan/0003_202102E15P44992.htm](https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/internacional/2021/02/15/span-langgl-santuario-fatima-reinventaspan/0003_202102E15P44992.htm)
- FERRO, MARC (1995). *Historia contemporánea y cine*. Barcelona: Editorial Ariel.
- ÍÑIGUEZ, BEGOÑA (2021). “El santuario de Fátima de reinventa. Apuesta por las redes sociales, las celebraciones y retiros on-line”. *La Voz de Galicia* (Ed. digital 15 de febrero 2022), pp. 1. Recuperado de: https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/internacional/2021/02/15/span-langgl-santuario-fatima-reinventaspan/0003_202102E15P44992.htm
- VVAA. (2002). *Cine e historia*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

