

## Bíblia infantil en format digital «made in Catalonia»

Dv, 31/12/2010 per Catalunya Religió



(Samuel Gutiérrez/Catalunya Cristiana) L'aventura iniciada ara fa vuit anys amb la publicació del seu primer DVD i còmic infantil sobre la Bíblia, tan incerta com agosarada en els seus orígens, ha esdevingut per a BCNmultimedia una gran història d'èxit que actualment es troba en el seu punt més àlgid. La incorporació decidida durant aquest 2010 de tots els materials bíblics a les noves plataformes digitals ha situat l'editorial barcelonina com a pionera en un terreny que és cridat a erigir-se, a curt o mitjà termini, en el gran canal de distribució internacional de continguts culturals. La revolució tecnològica encapçalada pel món Apple i els seus dispositius mòbils ha representat tot un canvi radical de paradigma davant del qual BCNmultimedia ha respost amb un bona dosi d'entusiasme i professionalitat. Els fruits comencen ara a recollir-se i tot apunta cap a un èxit sense precedents...

Amb el nom *La Bíblia dels Nens*, l'aplicació engegada per l'editorial catalana per accedir als continguts en còmic i pel·lícula dels seus ja tradicionals productes bíblics ha esdevingut una de les més descarregades a les diverses plataformes digitals d'arreu del món. Durant l'any 2010 la proposta en format digital ja ha arribat a gairebé 400.000 famílies. L'eufòria en el si de BCNmultimedia, tot i que controlada, és més que comprensible. «Estem aconseguint vendre els nostres productes arreu del món —afirma Toni Matas, director i guionista de BCNmultimedia—, però cal dir que ha estat una aposta molt pensada. Teníem ben estudiat el mercat i estàvem gairebé convençuts de les possibilitats d'èxit d'aquest projecte.»

### **Aposta pels nous formats**

*La Bíblia dels Nens*, que ja ha esdevingut la marca de BCNmultimedia a les diverses plataformes digitals, arrenca dels DVD i còmics infantils que sobre la Bíblia va començar a fer l'any 2003 en Picanyol. En un dels moments més difícils de l'editorial, gairebé aleshores en perill de mort, es va fer una aposta ferma, fins i tot irresponsable, per la publicació, tant audiovisual com en paper, de materials bíblics per a infants. Toni Matas parla de «revelació», tot i que més aviat podríem dir que ha estat una «profecia».

L'entrada recent de BCNmultimedia en el món digital està vinculada a l'aparició durant l'any 2009 del famós iPhone, el dispositiu mòbil d'Apple, i del seu revolucionari sistema de comercialització internacional de continguts. És el que, en els àmbits especialitzats, s'ha anomenat «l'emergència d'una nova classe

mitjana de desenvolupadors de continguts digitals». Després ha arribat també Android i altres plataformes digitals, però «en el principi, la intuïció es va gestar en l'entorn d'Apple». «Ens interessava molt aquest món perquè creiem que és el futur —explica Matas, tot un expert no només en literatura infantil, sinó també en informàtica i màrqueting empresarial—, i vam decidir, per començar, fer un joc sobre Dalí. Vam quedar molt contents amb l'experiència i com que ja comptaven amb tots els materials de la Bíblia en còmic i en vídeo vam decidir adaptar-los als nous formats.» Va ser un tret ben estudiat, a consciència, que mirava d'omplir un buit en un mercat que en poc temps esdevindrà el gran referent cultural. D'una banda, les bíblies han estat sempre situades en les primeres posicions de descàrregues a tot el món. De l'altra, no hi havia encara gaire material d'aquest tipus per a infants. La barreja d'aquestes dues variants va fer que l'aposta de BCNmultimedia es convertís des del primer dia en cavall guanyador.

Un altre element decisiu que ha jugat a favor d'aquest projecte és l'ús que des dels inicis s'ha fet dels textos originals de la Bíblia, començant per la Bíblia Catalana Interconfessional (BCI). No hi ha interpretació ni moralitat, sinó fidelitat al text bíblic. Aquest detall, aparentment irrellevant, ha fet que, a la llarga, la traducció a altres llengües hagi estat molt més fàcil, a més d'asequible econòmicament, a partir sobretot d'acords amb els editors en altres països.

### **Projecte des de la fe**

Amb aquesta irrupció tan reeixida en el món digital BCNmultimedia ha entrat en una nova dimensió. L'èxit considerable de la Bíblia infantil, tant en còmic com en DVD, arriba ara amb els nous formats a nivells estratosfèrics. «El més curiós és que, inicialment, no es tractava d'una iniciativa per guanyar diners, sinó més aviat per morir lluitant... —confessa Toni Matas—. És impossible guanyar diners amb el còmic infantil! Era gairebé suïcida perquè surt caríssim i els guanys són irrisoris! Vam fer el contrari del que la lògica empresarial aconsellaria i vam apostar per l'economia divina. Calia fer un salt en el buit i confiar totalment en la Providència. El resultat, del tot imprevisible aleshores, ens el trobem ara amb l'èxit digital.» I afegeix convençut l'ànima mater del projecte: «Aquest tipus de material només s'edita des de la fe. Només així es pot entendre una aventura tan agosarada. Nosaltres ens ocupem del producte, que sigui el més professional i ben fet possible, i la providència es cuida dels afers comercials i econòmics...»

Toni Matas afirma sense embuts que la publicació de la Bíblia, realitzada en els diversos formats —en àlbums de còmic, quaderns de treball, DVD i ara en format digital— ha estat un projecte clarament evangelitzador. Han volgut oferir sobretot uns materials molt familiars perquè els pares puguin treballar-los amb els seus fills. També s'ha tingut en compte la gran necessitat avui de recursos catequètics interessants i moderns, a més del col·lectiu de les àvies que busquen instruir els seus néts en la tan arrelada a Catalunya cultura bíblica. «Ja sigui en un format o un altre —afirma el director de l'editorial— hem volgut oferir una eina per llegir o veure la Bíblia amb els infants i que tot plegat susciti el diàleg amb els adults sobre la figura de Jesús. Aquests materials volen ser una mediació.»

### **Clau de l'èxit**

La qualitat dels diversos productes que sobre la Bíblia ha editat en els últims anys BCNmultimedia està fora de tot dubte. El mateix Toni Matas assegura que Picanyol viu actualment un moment de gran maduresa creativa, potser dels millors de la seva carrera: «La seva qualitat d'il·lustració està al nivell d'Hergé. És magnífica,

molt ben documentada, austera però plena de força.» Aquests trets fan que la seva adaptació al vídeo i a altres formats digitals sigui realment factible sense gaires complicacions. «Hem volgut oferir —afegeix el guionista de la Bíblia— un còmic reposat on el protagonista sigui la Paraula. No hi ha artifici ni exageració. Ni originalitat ni grans impactes. Aquesta filosofia s'ha traslladat també a les pel·lícules. No som Disney ni ho volem ser. Nosaltres apostem premeditadament per l'austeritat audiovisual, perquè així s'afavoreixi la primacia de la Paraula.» En les pel·lícules s'ha tingut també des de sempre especial cura de la música, a càrrec de Marc Dalmases, per evitar tota mena d'afectació o sobreactuació, a més de vetllar per aconseguir un ritme narratiu que facilités la comprensió dels diàlegs.

El destí —o la Providència que diria Matas— ha reservat a l'emblemàtic Picanyol el premi de poder comptar avui dia, gràcies a l'impuls de l'editorial barcelonina, amb una difusió de les seves obres més gran que mai, especialment als Estats Units, on l'aposta digital de BCNmultimedia concentra el 50% dels seus usuaris. Ha estat a Nord-amèrica, precisament, capdavantera en tot el que fa referència a les noves tecnologies, des d'on l'editorial barcelonina ha fet la seva campanya de llançament dels nous formats. Juntament amb els Estats Units, també a França els seus productes bíblics tenen un gran èxit, amb el 25% de les descàrregues del programa.

Una altra clau de la boníssima acollida que en el seu primer any ha tingut l'aplicació La Bíblia dels Nens és el fet d'haver adoptat el model freemium, que vol dir que s'ofereix el programari gratuït, amb alguns materials sense cost, i la resta de pagament. Cada setmana, doncs, s'ofereix un còmic i una pel·lícula de forma gratuïta i això provoca la fidelització de la gent setmana rere setmana. Finalment, però, després de tot un cicle de maduració, s'acaba pagant. Això sí, a preus realment assequibles: entre 1 i 5 euros per capítol o col·lecció. «La gent no té por de gastar —explica Matas—, més aviat de no saber el que compra. En el nostre cas, però, ja coneix el producte i per tant el risc és zero.»

Dins d'aquesta campanya de fidelització, gairebé d'amistat amb els clients, BCNmultimedia ha publicat també durant el temps de Nadal una aplicació dedicada al famós Calendari d'Advent. Una cosa molt senzilla, però amb certa gràcia, per treballar amb els nens el temps d'espera de cara al Naixement de Jesús. «Tot per a major glòria de Déu», acaba exclamant satisfet Toni Matas, «perquè si una cosa tenim clara és que el missatge de la Bíblia és plenament modern i que no passa mai de moda».

Samuel Gutiérrez. Text publicat a [Catalunya Cristiana](#).