

Los 140 caracteres de Dios

Latinoamericano, jesuita, elegido por renuncia de su antecesor: todo fue inesperado en la elección de Francisco como nuevo Papa el 13 de marzo. Pero la novedad que tal vez nadie esperaba es que el argentino en la cima del Vaticano también fuera una celebridad *online*. Y eso también lo está logrando.

A menos de dos meses de la asunción, las nueve cuentas del papa en Twitter tienen más de 6 millones de seguidores (como @tomhanks o @lindsaylohan), y ya casi duplicaron a los 3 millones 300 mil seguidores que había dejado Benedicto XVI en febrero. Cada día, tras su primer *tuit* el 17 de marzo, las cuentas de @Pontifex reciben unas 3 mil 500 menciones, preguntas, saludos, *retuits* y mensajes. ¿Quién junta más fe? Su nueva aplicación para iPad, iPhone y dispositivos con Android, “The Pope App”, ya fue bajada por más de 350 mil personas. Y en Facebook, las páginas de News.va, el canal oficial de comunicación de la Santa Sede, suman 58 mil *Me Gusta*, sin contar los millones de otras páginas dedicadas al Papa. Pero tal vez el dato más importante para su condición de estrella *online* es que el noventa por ciento de los mensajes que recibe Francisco son positivos, un récord de aceptación frente a Benedicto, que lidiaba con un cincuenta por ciento de mensajes buenos y con otra igual parte de quejas, insultos o preguntas incómodas.

“Se nota que su imagen ha sido muy bien recibida y que es querido. Los primeros gestos de Bergoglio en el balcón ya le ganaron el afecto de millones de personas”, dice Gustavo Entrala, CEO de 101, una agencia de *marketing online* de España que en 2009 se atrevió a mandar una carta al Vaticano ofreciendo sus servicios y desde 2012 colabora en la comunicación *online* del Vaticano. “Benedicto fue el ‘papa de Twitter’ por su capacidad de comunicar sintética pero a la vez profunda, pero Francisco va a reforzar la ‘marca Iglesia’ con su forma de ser”, escribió Entrala, que le enseñó personalmente al anterior Papa a usar las redes.

El Vaticano estaba en crisis: los escándalos por pedofilia y el desenfreno financiero los llevaban a la tapa de los diarios todos los días. Entrala les hizo entender que estaban llegando tarde a lo

El papa Francisco duplicó los seguidores que Benedicto tenía en Twitter y es la esperanza católica para desplegar la “nueva evangelización” a través de la Web.

NATALIA ZUAZO

que se decía en la calle o en los medios y ahí logró una reunión con la cúpula del papado. “Cuatro meses después de mi carta, me llamaron para darles un curso. Me pidieron estudiar el caso de Toyota, que en ese momento atravesaba una crisis de comunicación, y que les diéramos argumentos para sumarse al mundo de las redes sociales”. En el curso, el experto les habló de cómo los políticos y las marcas estaban comunicándose a través de Internet, sobre cómo gestionar una crisis y les sugirió qué cosas era importante que comunicaran como Iglesia. El resultado: en 2011 Benedicto presentó News.va con un iPad y en diciembre de 2012, en la sala de prensa del Vaticano, pisos de mármol y mesa con paño rojo, el Papa alemán acercó su mano de anillos dorados a la pantalla de la tableta de Apple y envió su primer *tuit*.

Y Dios creó el iPad...

Por mail, desde su oficina en el Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales, Thaddeus Jones le cuenta a Ñ cómo se publican hoy los *tuits* del papa Francisco. “Lo manejamos con el Secretariado de Estado, la oficina más cercana al Papa. Ellos preparan, aprueban y envían los textos, que pueden estar basados en mensajes ya dados o creados en el momento, por ejemplo para solidarizarnos ante una tragedia”. La pregunta que todos nos hacemos: ¿Francisco está involucrado? “Sí, él lee todo. No los manda, pero aprueba cada cosa que se dice”.

En la Curia Romana ya venían pensando en cómo sumarse a la comunicación *online* para no quedar afuera del mundo, o —aún mejor— para recuperar fieles perdidos. En 2009, el papa Benedicto había hablado por primera vez de Internet, y al inaugurar su cuenta de Twitter había dicho: “En el medio de la complejidad del mundo de las comunicaciones, la gente se sigue haciendo las mismas preguntas de siempre: ¿Quién soy? ¿Qué puedo saber? ¿Qué puedo esperar? Hay

que abrir las posibilidades para ese diálogo”. En 2012, durante el Concilio de Obispos del otoño, el arzobispo Claudio María Celli habló sobre esta “nueva evangelización”. “Frente a las nuevas tecnologías, no podemos hacer lo mismo de siempre. Más que nunca, necesitamos ser audaces”, empezó Celli, de 72 años, presidente del Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales, la oficina que se encarga de las relaciones con los medios en el Vaticano. “No podemos pensar que el mundo virtual es algo distinto que el mundo ‘real’. Si la Iglesia no está presente en lo digital, nos perdemos de estar en un lugar donde la gente vive, donde se informa, donde expresa sus opiniones y busca respuestas”, dijo el arzobispo en un discurso que muchos jóvenes expertos digitales (y otros tantos ateos) podrían envidiar. “Tenemos que depender menos de los textos. La Red es conversar, participar. Si seguimos aferrados a los textos, no vamos a convencer a las audiencias más jóvenes. Y tenemos que salir del púlpito, porque Internet es abierta y no reconoce privilegios de autoridades o instituciones”.

Con el Vaticano hablando de una nueva configuración que implica salirse del centro del mundo, del convertir las periferias en centros y hacerlas participar, algunos no encuentran casual la elección de Francisco. Con un Papa que no llega él mismo desde el eje Europeo y expresa la voluntad jesuita de ser el líder de una Iglesia que “salga de sí misma” y vaya a las periferias, “no sólo a las geográficas, sino también a las existenciales: las del misterio del pecado, las del dolor”, la idea de comunicarse con un “rebaño en movimiento” y cambiar el eje vertical de la comunicación hacia uno más horizontal quizás no sea casual. Por ahora, los números y algunos datos confirman que las acciones de Francisco se van reflejando en lo digital.

En los últimos meses, la cuenta de Twitter que más creció en seguidores fue @Pontifex