

@Pontificex: Entre lo efímero y lo eterno

RESUMEN: La Iglesia no es ajena a los medios de comunicación. Su naturaleza y vocación son la comunicación. Desde el pasado 12 de diciembre de 2012 Benedicto XVI administra una cuenta twitter. Aunque su uso no está exento de riesgos y peligros, su éxito e incidencia están más que asegurados. El twitter del Papa tiene en la actualidad más de dos millones de seguidores. ¿Se consolidará? El tiempo lo dirá.

PALABRAS CLAVE: @Pontificex, cuenta twitter, Benedicto XVI, comunicación, potencialidades y riesgos, nueva evangelización.

@Pontificex: Among what is ephemeral and eternal

ABSTRACT: The Church is no stranger to media. Its nature and vocation are the communication. Since last December 12th of 2012 Benedict XVI has an account on Twitter. Although its use is exempted to risks and dangers, its success and impact are more than guaranteed. Pope's Twitter account has currently more than two million of followers. Will it consolidate? Time will tell.

KEYWORDS: @Pontificex, Twitter account, Benedict XVI, media, possibilities and risks, new evangelization.

Llama la atención que el actual Papa, ayuno de instrumentos tecnológicos en su trabajo diario —sigue escribiendo sus encíclicas, discursos y libros a mano— y más que octogenario, se haya decantado por el twitter. ¡Por fin, la Iglesia, exclaman algunos, reconoce y bendice uno de los instrumentos más populares, económicos y universales de comunicación! El más intelectual de los últimos Papas desde el pasado 12 de diciembre del 2012 administra una página twitter. Inaudito y postizo para sus detractores; lógico y oportuno para sus más fieles seguidores.

Los hechos: del *L'Osservatore Romano* a la cuenta de twitter del Papa

De todas las maneras, conviene saber que la Iglesia se ha venido sirviendo a lo largo de estos últimos años de las últimas tecnologías en

el mundo de la comunicación: la Santa Sede tiene su página oficial, por cierto muy visitada, en Internet; dirige un canal You-Tube del Papa y el más que centenario *L'Osservatore Romano* administra su muy frecuentada página web. Muchos instrumentos y medios para una institución que genera noticias y sigue volcada en la evangelización y en la formación de sus fieles. Tal vez, lo que estaba faltando era aunar todos estos medios, darles un diseño más moderno y una estética más joven. La Santa Sede, asesorada por una empresa española, la Agencia 101, desde el pasado 28 de junio de 2012 emite noticias en el sitio news.va. Ese día el Papa con un iPad, fabricado en Madrid, puso su primer tweet en una cuenta genérica abierta para el Vaticano y el pasado día 12 de diciembre ponía su primer tweet en su cuenta personal. Así rezaba en castellano: «Queridos amigos, me uno a vosotros con alegría por medio de Twitter. Gracias por vuestra respuesta generosa. Os bendigo a todos de corazón». Nunca con menos letras un Papa dijo más.

Con ser mucho lo que estamos diciendo, no bastaba. Una cuenta genérica de una institución tan polivalente como el Vaticano apenas si tenía el impacto que se deseaba. Desde febrero de 2012 se ha venido trabajando en la elaboración de una cuenta personal del mismo Papa. Se fue cayendo en la cuenta de la repercusión que esta cuenta personal podía tener. Muchos entendidos pensaban que la repercusión que en este medio tendrían los mensajes breves del Papa, superaría con creces y desde el primer día al peso que tienen las audiencias de los miércoles en la plaza de San Pedro.

La empresa, metidos en la tradición de la Iglesia y dentro de su esquema comunicativo, tenía sus riesgos. Desde el pasado mes de febrero hasta prácticamente el día del lanzamiento del primer tweet, el mismo Benedicto XVI, el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, algunos directivos de la compañía Twitter, venidos de California, expertos en comunicación y los españoles responsables de la Agencia 101, Gustavo Entrada y Carlos García-Hoz, han venido ultimando la cuenta personal @Pontificex. En honor a la verdad, el Papa ni era el primero entre los líderes religiosos que accedía a este medio, antes lo hicieron el Dalai Lama y los líderes del anglicanismo, ni, tampoco, será el último. Pero los planes no terminan con el @Pontificex. A mediados del actual mes de enero, la Oficina de Comunicación del Vaticano ofrecerá una aplicación para iPhone, móviles Android y tabletas para poder ver en directo al Papa en cuantas actividades diarias lleva a término; éstas son grabadas por una red de

videocámaras que existen en el Vaticano. Para finales de 2013 está prevista la edición de un libro electrónico con vídeo, escritos y comunicaciones del Papa.

Nada nuevo ni extraño en la Iglesia y en el Vaticano: la Imprenta Vaticana fue crucial en el Renacimiento y en la Reforma Católica; en 1861 se fundaba un periódico diario, el *L'Osservatore Romano*; en 1886 el ya anciano León XIII fue captado durante más de medio minuto por una de las primeras cámaras del cine mudo; en febrero de 1931 la Radio Vaticano emitía sus primeras ondas; más próximo a nosotros, Pío XII, además de servirse de la radio para sus famosos Radiomensajes, se hizo un especialista en la comunicación audiovisual; su porte e imagen son más que abundantes en los noticiarios radiofónicos y en la prensa diaria. Los últimos Papas son habituales en los medios de comunicación.

Su uso no está exento de peligros

El reto más difícil y costoso en una empresa de comunicación, esto es, al fin y al cabo, la cuenta personal de twitter del Papa no es salir, sino mantenerse y ocupar dentro de las múltiples redes de comunicación su lugar específico; o lo que es lo mismo, sostenerse con los menores costes posibles e influir en el mayor número de personas e instituciones. Twitter es una manera muy singular no sólo de informar y comunicar, sino de crear opinión; en este caso, opinión pública, en la que las palabras e imagen del Papa ni pierdan autoridad ni se pongan al nivel al que por razones muy diversas acceden los grandes de la tierra.

Si la prensa escrita tiene sus reglas y los medios audiovisuales sus características propias, twitter también las tiene. Su miseria y su grandeza dependen de su uso y explotación. Twitter se caracteriza por su instantaneidad, afectuosidad y cordialidad, universalidad y concisión. Del buen o mal uso de estas cuatro características depende su éxito.

Aparentemente, nada más alejado de los modos y formas de comunicarse la Iglesia que la concisión y brevedad. La Iglesia, por defecto y por un cierto anquilosamiento, no se comunica ni transmite su doctrina adecuadamente. Todavía pesan en su forma de comunicarse

la argumentación y la retórica de una apologética de cierto sabor defensivo, un lenguaje demasiado conceptual y abstracto, un estilo a medio camino entre lo afectuoso y lo doctrinario; en fin, un cierto temor y freno a pronunciarse ante las realidades al estilo de los profetas y con la cadencia y tono evocativo de los textos de la sabiduría y de los salmos. La concisión y la brevedad, ciertamente, están más ausentes que presentes en el modo de comunicarse la Iglesia.

Entendemos la universalidad que acompaña a los mensajes de una cuenta twitter no sólo como la posibilidad real de dirigirse y llegar a millones de personas de toda clase y condición, sino como la obligación de transmitir, sin censuras demasiado estrictas y con una argumentación *pro domo mea*, todo cuanto acontece dentro de la Iglesia; en este caso, dentro de las preocupaciones del gobierno del Papa. @Pontificex será tanto más creíble cuanto más universal y concreta sea en su temática. No vale, creemos, escudarse en los secretos del buen gobierno y mostrarse afable en los momentos buenos; si se transita por este camino conviene hacerlo en los buenos y malos tiempos; cuando las dan y cuando las toman.

Con frecuencia, por la naturaleza del mensaje y por los distintos soportes e instrumentos comunicativos de los que la Iglesia tiene que servirse, el mensaje que se transmite, la Palabra de Dios, no siempre es recibido por el receptor con el afecto y la cordialidad que serían deseables. Para que la Palabra de Dios, cual suave lluvia, empape el corazón del oyente e ilumine su mente tiene que ser cercana y lo más encarnada posible. Los mensajes pontificios si quieren ser efectivos tendrán que ser redactados de manera muy afectiva, cordial y siempre propositiva y hasta poética, siempre en un tono respetuoso. En caso contrario, como ya está ocurriendo a tenor de algunas respuestas y preguntas que el mismo Papa está recibiendo, sus mensajes caerán en la irrelevancia o serán motivo de ataques permanentes. En todo caso, habrá que evitar que sus twitters sean fútiles e intrascendentes.

La instantaneidad, muy ligada a la universalidad, de una cuenta twitter, además de exigir un equipo de comunicación ágil y sereno, demanda no sólo emitir, lo propio y genuino de una cuenta twitter, lo que se cree más necesario, urgente y provechoso, sino recibir lo que desde millones de cuentas twitter se denuncia, afirma y confirma.

Si el Papa sabe administrar las miles de respuestas instantáneas que desde el primer día está recibiendo no solamente será consciente de las reacciones de los que le leen, sino de lo que piensan sobre la Iglesia, su gestión del gobierno de la Iglesia y de su misma persona. Un riesgo lo suficientemente pesado como para no compartirlo con nadie.

Amén de las limitaciones y ventajas que esta nueva modalidad comunicativa ofrece a sus usuarios, los administradores de la cuenta twitter del Papa deben ser muy conscientes de que su mensaje, por muy importante y deseado que sea, es uno más entre las decenas, o tal vez centenas, de mensajes que los usuarios de estas páginas reciben a diario. El silencio y la distancia entre lo que se recibe y se asume, tal como el mismo Benedicto XVI comentaba el pasado 20 de mayo del año pasado con ocasión de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, no están garantizados, por lo que el riesgo que se corre es, cuando menos, digno de consideración: lo eterno y lo efímero de la Palabra de Dios son la cara y la cruz de la misma moneda.

Su significado y potencialidad

Más allá del buen o mal uso de este peculiar medio, el que el actual Papa haya decidido administrar una cuenta twitter, lo consideramos un acierto. Una acierto por una triple razón.

Benedicto XVI, heredero, por una parte, de la tradición comunicativa de la Iglesia e hijo de su tiempo, por otra, asume de buen grado y hace suyo lo que la mayoría de los hombres públicos de nuestros días vienen haciendo en este campo. Su comportamiento no es ni mejor ni peor que el de sus iguales.

El Papa y con él todos los miembros del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, su asesor, el comunicador estadounidense Greg Burke y su jefe de Prensa, el padre Federico Lombardi, han querido romper con la inadecuación y la esterilidad y aun contradicción de la política comunicativa de la Iglesia, tal como hace dos años la veían y sentían dos expertos vaticanistas, especializados en los medios de comunicación de la Iglesia, como son P. Rodari y A. Tornielli en su libro *En defensa del Papa*. Si la Iglesia y lo que es más urgente e importante su mensaje quieren ser reconocidos como algo de nuestro tiempo no

tienen más remedio que adaptarse a los nuevos tiempos y a la nueva sensibilidad del hombre de hoy.

La Iglesia, finalmente, con el lanzamiento de la cuenta twitter del Papa ha ejercitado una vez más su vocación de servicio y encarnación. Servicio y encarnación que la sitúan en los nuevos escenarios del ágora pública que es hoy Internet. Un espacio público que se necesita no sólo para estar presente, sino para seguir anunciando a tiempo y destiempo y con toda clase de legítimos y humanos recursos la Palabra de Dios y el consuelo a todos los hombres de buena voluntad. ■