

«En Twitter el Papa no habla nunca de sí mismo»

Gustavo Entrala, director de la agencia de publicidad 101 y creador del Twitter del Papa

Samuel Gutiérrez

Saltó a la fama cuando Benedicto XVI se convirtió en el primer Papa de la historia en lanzar un mensaje en Twitter. Gustavo Entrala y la agencia de publicidad 101, que dirige junto a su socio Carlos García-Hoz, han sido los culpables de la revolución digital que en los últimos años ha acontecido en la Santa Sede: el portal News.va, el Twitter de @Pontifex, la aplicación The Pope... Para este intrépido creativo madrileño poder trabajar con el Papa en temas de comunicación digital ha sido un sueño hecho realidad. «Me siento muy orgulloso de trabajar para la Iglesia —afirma convencido—. He trabajado mucho en temas de marketing, entretenimiento, música, cine... y me apetecía mucho hacer atractiva la figura de Jesucristo. Soñaba con utilizar las cosas que he aprendido en favor de la Iglesia.» Gustavo Entrala ha sido uno de los expertos que han participado recientemente en Barcelona en un encuentro de obispos y responsables de comunicaciones sociales de toda Europa.

La creación de la cuenta del Papa en Twitter causó estragos en el universo mediático. Gustavo Entrala se convirtió de repente en el nuevo gurú eclesial de las nuevas tecnologías. ¿Cómo ha vivido esa experiencia?

Los medios sociales son muy demandantes. Tener una personalidad pública en los medios sociales hace que te siga mucha gente, que te pregunten muchas cosas... y eso llega un momento en el que te puede llegar a agotar. Cuando alguien hace algo muy notorio es fácil que te etiqueten: «Éste es el que puso al Papa en Twitter.» Pero en realidad no eres ese personaje. Con esta experiencia me he dado cuenta de que las personalidades mediáticas son en realidad un poco falsas, porque son una caricatura de la realidad. A mí la notoriedad en sí no me interesa nada. Me interesa el debate, me interesa proponer ideas, me interesa cambiar el mundo en positivo... Y también la Iglesia católica. Pero no convertirme en un personaje mediático.

En los últimos tiempos incluso se ha mostrado algo receloso con el uso que hacemos de los nuevos medios digitales. ¿Vive un cierto desencanto tecnológico?

Más que desencanto, he tomado conciencia de que estos medios pueden llegar a ser muy adictivos. Al tenerlo todo integrado en el teléfono móvil, cada vez es más fácil obtener una recompensa emocional: recibir una alabanza o que la gente se ría con un chiste tuyo... Nos pasa, por ejemplo, con los mensajes de Whatsapp. Ponemos un mensaje y esperamos respuestas. Y si nadie responde, nos enfadamos o nos entristecemos. Esto está llegando a ser un problema en matrimonios, en familias, en grupos de amigos... Otro fenómeno que me preocupa es cuando nos reunimos para comer y todo el mundo está con el móvil. El móvil te contesta más rápido, te da inputs emocionales fuertes, la reacción es más instantánea que a nivel personal... Por eso a menudo acudimos a él



«Los nuevos medios digitales son estupendos como complementos de las relaciones personales»

«En las redes sociales, hay que tener el coraje de ser uno mismo»

como huida del mundo real. Las redes sociales son estupendas en muchos sentidos, porque nos permiten compartir conocimiento y estar en contacto con la gente, pero hay también un punto de ego y de recibir atención a través de estos medios que puede llegar a convertirse en algo enfermizo.

¿Qué sugiere entonces?

Los que usamos mucho estos medios nos estamos dando cuenta de que lo que realmente tiene valor es la relación personal. Lo que tiene valor es escuchar a una persona, entenderla bien, dialogar, compartir experiencias, pasar tiempo juntos... Como complementos de las relaciones personales, los nuevos medios son estupendos, pero hay un riesgo. Es muy fácil retuitear a alguien o poner un «Me gusta» en Facebook. En cambio, es mucho más difícil educar a un hijo o convencer a alguien de una idea. Me preocupa que se fragmenten las relaciones entre el mundo real y el mundo virtual. Lo ideal es que sean complementarios. No debería haber tal separación porque lo virtual es parte del mundo real. Las redes sociales han de servir para ponerte

en contacto con las personas a las que quieres y a los que valoras, para compartir cosas sensatas, y para fortalecer tus relaciones en la vida real.

¿La clave está en el equilibrio?

Efectivamente. No hay que ser talibán contra las redes sociales ni la tecnología, ni tampoco estar dependiendo totalmente de eso. El móvil tiene un problema: es algo que tenemos en el bolsillo, que nos puede facilitar contenidos, que permite el acceso rápido a cualquier cosa... y eso puede generar adicción. Hay que ser consciente de ese riesgo, tomar medidas e intentar lograr un equilibrio.

Esto lo dice alguien que ha confesado públicamente su adicción a estos medios.

Llegó un momento en el verano de 2013 que era tan adicto a Twitter y Facebook que me estaba concentrando poco en el trabajo y que no cuidaba a mis amigos... Decidí, entonces, aplicarme una dieta tecnológica: conectarme sólo cuatro veces al día a internet por el móvil y el resto del tiempo tener sólo el teléfono. Necesitaba alejarme durante un tiempo de ese hábito para respirar, situarme otra vez en la vida, recuperar el foco en las cosas con las que trabajo y con mi equipo de colaboradores. La experiencia fue muy buena, aunque me costó mucho al principio. Parece que la vida y la muerte se están disputando en Twitter, Facebook o Whatsapp y luego te das cuenta de que no es verdad. «La vida es lo que pasa mientras estás mirando el Whatsapp», dice mi socio Carlos García-Hoz.

Pese a los riesgos, la Santa Sede ha apostado de lleno por estar en estos nuevos areópagos. Y en esta apuesta usted ha tenido mucho que ver.

Insisto en decir que son un medio fantástico si se hace un buen uso de

ellos. El Papa está muy contento por poder dirigirse cada día a más de 10 millones de personas en el mundo. Y un número que está creciendo. Pero nunca lo utiliza para hablar sobre sí mismo, no es autorreferencial, sino para anunciar a Jesucristo. Cuando hemos sugerido a la Santa Sede la posibilidad de introducir elementos más personales, nos han dicho siempre que no, que el Papa quiere utilizar las redes sociales para acercar a la gente a Jesucristo. No tiene ningún interés personal por aparecer él. Y quiere hacerlo todo muy sencillo. Se le ha propuesto también tener un equipo de gente para que conteste a las personas. El Papa ha dicho que quiere mantenerlo natural, que sea algo real... Él no tiene tiempo durante el día y no maneja estos instrumentos con pericia. Así que hoy por hoy sólo se plantea decir cosas que le parecen que pueden inspirar. Ya veremos si más adelante se forma un poco en nuevas tecnologías e interacciona con algunas personas.

Bergoglio no tenía ni siquiera móvil siendo arzobispo de Buenos Aires. ¿Costó convencerle para entrar en el mundo digital?

Cuando renunció Benedicto XVI nadie sabía si el Papa iba a seguir utilizando Twitter. Se pensaba hablar con el nuevo Papa dos o tres días después de su elección para decirle que tenía 3 millones de personas que le estaban esperando en Twitter y que si quería podía utilizar este canal. El papa Francisco dijo que sí, que seguiría lanzando mensajes en Twitter y al principio empezó escribiendo un mensaje el miércoles y otro el domingo, coincidiendo con las audiencias y los ángelus. Poco a poco el Papa ha ido entendiendo mejor el fenómeno y sus enormes posibilidades. Le ha gustado mucho el hecho de dirigirse a más de diez millones de personas con una frase

muy concisa. Por eso ahora, prácticamente todos los días, lanza un mensaje. La mitad de los mensajes son suyos, escritos de su propio puño, y la otra mitad son frases extraídas de las homilias de Santa Marta, del Ángelus o de la audiencia de los miércoles. La idea es que sus seguidores, todos los días, en torno a las tres de la tarde (hora española), reciban un mensaje inspirador.

Un mensaje de sólo 140 caracteres.

La gente hoy no tiene demasiado tiempo para consumir medios de comunicación. Por eso la comunicación, para ser efectiva, ha de tener un nivel muy sintético, casi de titular. La comunicación de la Iglesia tiene que adaptarse a esta nueva situación. La mayoría de gente no tiene tiempo de leer una encíclica del

Papa. Por eso es tan bueno hacer de cada mensaje una visión muy sintética para que la gente lo capte. El Santo Padre ha entendido muy bien esto.

¿Pueden ser profundos mensajes tan cortos?

La síntesis y la concisión no quiere decir necesariamente que el mensaje se debilite o sea más superficial. Lo que dice el Papa en Twitter son cosas muy profundas, que interpelan, y te hace pensar. Yo, como publicitario, reconozco que no hay nada como un mensaje breve, conciso y claro para que la memoria lo retenga y te influya en la vida. Por eso la comunicación basada en frases muy cortas es tan efectiva, porque condensa mucho en muy poco espacio.

¿Qué otras características hacen de Francisco un buen comunicador en el mundo digital?

El papa Francisco es también muy gestual, muy cercano a la gente y sus imágenes se difunden con mucha facilidad a través de las redes sociales. En el momento actual toda la comunicación está orientada a gestos y momentos concretos.

Más allá de las cifras espectaculares de seguidores, ¿cómo interactúa el Papa en las redes sociales?

Estamos en un proceso de trabajo con la Santa Sede para que se pueda interpretar lo que la gente está diciendo al Papa en Twitter. Nos gustaría tener una visión sobre qué mensajes del Papa tienen más eco, qué críticas recibe, qué críticas recibe la Iglesia... Si no comunicamos en un ámbito de diálogo no estaremos siendo eficaces.

¿Pero es posible dialogar en las redes sociales?

Los profesionales de la comunicación digital hemos estado mucho tiempo difundiendo la idea del diálogo a través de las redes sociales, pero es verdad que no está tan claro. Twitter, por ejemplo, es un gran mercado de ideas y contenidos, pero la virtualidad y brevedad de los mensajes hace muy difícil un verdadero diálogo humano. Al mismo tiempo, la propia naturaleza del medio invita a la controversia. Como no ves al otro, no lo escuchas y no te haces cargo de sus circunstancias, enseguida se convierte en un partido de ping-pong, sin mucho



sentido... No creo en las redes sociales como lugar en el que se puedan generar relaciones reales. Lo que sí ocurre es que en las redes sociales puedes conocer a gente con la que después inicias una relación personal.

En su particular camino de aproximación a los medios de comunicación, la Iglesia se refería inicialmente a ellos como instrumentos al servicio de la evangelización. Hoy, en cambio, habla ya de «auténticos ambientes antropológicos». ¿Qué opina Gustavo Entrala?

Comparto la idea de que las redes son un ambiente de vida, un sitio nuevo en el que estoy e interactúo con los demás. Nuestra presencia en las redes sociales es una representación real de nuestra vida. Pero es una representación parcial porque a menudo en las redes ofrecemos la versión de nosotros más susceptible de ser más aceptada por los demás. Por eso, para mí la clave está en la autenticidad. Lo expresa muy bien el papa Benedicto al afirmar que cuanto más auténtica sea esta representación nuestra en las redes sociales, mucho mejor. Sólo

así será un entorno construido por personas reales, auténticas. El Papa habla mucho de coherencia, de autenticidad, de mostrarse como uno es... Es una línea interesantísima. Nos invita a no ser como fantasmas, unas caricaturas de nosotros mismos. En las redes sociales, hay que tener el coraje de ser uno mismo y que cada vez sea más real esa representación que hacemos de nosotros mismos.

¿Esta representación debería incluir también la fe cristiana?

Por supuesto. Se tiene que notar que somos cristianos en las redes sociales. Por el tono que usas, porque evitas el insulto, porque buscas la empatía antes que el distanciamiento, porque eres respetuoso y educado... Hay que vivir la caridad en las redes sociales. Las redes sociales son parte de nuestra vida cotidiana y en ellas tenemos también el deber evangélico de ser fieles a Jesús. El campo de actuación es amplísimo: el testimonio personal, la doctrina, la caridad... Me gusta mucho la imagen que presenta el Papa de una Iglesia que no habla mucho de sí misma, sino que sirve, que sale a la calle, que busca a la gente,

cerebro humano aguantaría la velocidad del tren. Tendemos a exagerar el impacto de las cosas nuevas porque nos dan miedo, aunque también conviene tener una cierta mentalidad crítica. A mí me parece que los medios sociales hoy abren la puerta a que cualquier persona pueda desarrollar su inteligencia. No se puede ser simplista. Internet abre unas puertas culturales impresionantes. Ahora bien, tenemos que aprender a educar en ese entorno y ayudar a corregir desviaciones. No puede ser que las redes sociales nos lleven a simplificar la vida de tal manera que sólo sepamos manejar eslóganes. O el fenómeno del mimetismo. Copiarse en este entorno es mucho más fácil y eso puede ser peligroso. Por eso es tan importante que haya personas con una visión de fe, una visión más esperanzada.

¿Convendría también aplicarse, como hizo usted, un poco de dieta tecnológica?

Es importantísimo encontrar espacios donde no haya tecnología. Si estamos todo el día delante del móvil o de la tableta, sin interactuar con personas reales, evidentemente nos vamos a deformar. El uso permanente de la tecnología nos hace menos pacientes y tolerantes, más caprichoso y superficiales... Hay que encontrar momentos familiares, en la escuela, en la parroquia, en los que la tecnología no sea un obstáculo para vivir una vida más real. La clave, como dije antes, está en el equilibrio. La tecnología no nos puede dominar. Su uso tiene que ser libre y no dependiente

«La síntesis y la concisión no quiere decir necesariamente que el mensaje se debilite o sea más superficial»

que se abre a las situaciones vitales de las personas... ¡Y esto en las redes sociales también es posible!

Volviendo a los riesgos de esta nueva cultura digital, hay quien asegura, con estudios en la mano, que las nuevas tecnologías nos están formateando el cerebro e imponiendo una forma de pensar casi en código binario...

Siempre que ha aparecido una novedad ha habido mucha gente que se ha asustado. Hay artículos divertidísimos de principios del siglo XIX en los que algunos científicos se cuestionaban si el



Suscribiros

Deseo suscribirme al semanario Catalunya Cristiana durante un año (52 números)

Nombre

Apellidos

Dirección

Población

DP Tel. NIF

C/e:

Edición papel 125€ Edición digital 90€
 Edición en catalán Edición en castellano

Forma de pago

Único pago por año Dos pagos semestrales
 Cheque nominativo que adjunto Domiciliación bancaria (rellenar orden adjunta)

Señores, les ruego que, a partir de la fecha, y hasta nuevo aviso, carguen a mi cuenta los recibos que les presentará Fundació Catalunya Cristiana por la suscripción al semanario CatalunyaCristiana.

Titular

Entidad	Oficina	DC	Cuenta	Fecha (dd/mm/aa)
<input type="text"/>				

Firma del titular

Envíanos tus datos a:
CatalunyaCristiana
 (Departamento de Suscripciones)
 Comtes de Bell-lloc, 67-69
 08014 Barcelona

Conforme a lo que dispone el artículo 6 de la ley orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, autorizo a CatalunyaCristiana a incluir mis datos personales en el fichero informático de dicha entidad así como a tratarlos, con el fin de recibir información periódica de sus actividades. En cualquier momento el titular podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación y cancelación, así como oponerse al tratamiento de sus datos dirigiéndose a CatalunyaCristiana con domicilio en la calle Comtes de Bell-lloc 67-69, 08014 Barcelona.