



Universidad
Francisco de Vitoria
UFV Madrid

Análisis de perfiles católicos en Instagram como nuevo canal para acercar la fe a los jóvenes

Alumnos: Larissa Garay Gómez

Tutor: Elena Pedreira Souto

Trabajo de Fin de Grado

Universidad Francisco de Vitoria

28 de mayo de 2021

ÍNDICE

1. Introducción	3
2. La comunicación de la Iglesia a partir de Juan Pablo II	7
2.1. Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.....	8
2.2. Logros durante el Pontificado de Juan Pablo II	14
2.3. Benedicto XVI	16
2.4. Francisco	18
3. Las redes sociales y la información	19
3.1 Transmitir el mensaje cristiano en el siglo XXI	21
3.2 Pautas para el uso de Instagram como medio para transmitir la fe.....	25
4. Análisis de las cuentas católicas	28
4.1. Padre Joaquín	28
4.2. Quique Mira.....	42
4.3. Ana Bini	49
4.4. Joan Folch.....	58
5. DAFO general.....	65
6. Conclusión.....	66
7. Bibliografía.....	69
8. Anexos.....	76

1. Introducción

La llegada de Internet supuso una revolución en todos los ámbitos: político, económico, cultural y, también religioso. La sociedad ha tenido que implementar la comunicación a las nuevas plataformas que han surgido del desarrollo tecnológico. En este contexto, la Iglesia ha tenido una necesidad de adaptarse y conocer este medio de comunicación global para llegar a los jóvenes, que son el público mayoritario que se mueve por las redes.

Actualmente, podemos ver cómo el mundo católico se ha instalado en las redes sociales, especialmente en Instagram. Aunque su presencia no es reciente, se ha intensificado en los últimos dos o tres años. Esto se ha podido observar tras el inicio de la pandemia, donde cuentas católicas de sacerdotes, jóvenes y familias cristianas han adaptado el mensaje cristiano y lo han trasladado a las redes para llegar a más jóvenes y a más familias.

Este trabajo analiza cómo las cuentas católicas de Instagram facilitan la difusión del mensaje cristiano y utilizan este medio para llegar de una manera más profunda a los fieles utilizando estrategias simples, pero efectivas.

Para ello se han seleccionado cuatro perfiles concretos de Instagram que cuentan con más de 10 mil seguidores y tienen como *target* a jóvenes católicos.

- Padre Joaquín: @joaquincomp. Este perfil es de un sacerdote de Madrid que puede aportar una visión más teológica y madura sobre cómo transmitir el mensaje cristiano. Lo interesante de este pastor es que utiliza otras redes sociales como Tiktok y, también cuenta con un podcast propio en el que habla de fe, espiritualidad y estilo de vida. Le siguen políticos como Santiago Abascal y el *influencer* Tomás Páramo (282 mil seguidores). Analizaremos este perfil desde el comienzo de la pandemia y estado de alarma (15 de marzo) hasta un año después. Este espacio temporal es importante porque es cuando este sacerdote empieza a retransmitir la Eucaristía a través de directos de Instagram. Fue el primero en realizarlo y provocó que otras cuentas parroquiales le imitaran. Además, durante este período aumentó su número de seguidores.

- Quique Mira: @quiquemira. Esta cuenta la gestiona un joven de 22 años. Quique Mira vive en Barcelona. La pandemia de 2020 fue la razón definitiva por la que empezó esta cuenta en la que comparte su experiencia con Dios, reflexiones sobre la fe y temas para reflexionar sobre la vida y el sentido que se le puede dar con la fe. Este chico pasó de estar metido en el mundo de la noche como promotor de discotecas a encontrar su verdadero propósito: compartir su vida y dar testimonio verdadero. Desde su creación hasta ahora han tenido un crecimiento considerable de seguidores hasta llegar a los 10 mil. Ha realizado una entrevista para *El País* que todavía no ha sido publicada. Analizaremos este perfil desde enero a principios de abril de 2021 porque durante este corto período de tiempo crece de 4 mil a 10 mil seguidores. Además, en este marco temporal sube varios vídeos que cuentan con más de 30 mil reproducciones cada uno.

- Ana Bini: @princespequitas. Este perfil pertenece a Ana Bini y también es una cuenta que habla sobre el noviazgo, las diferentes etapas, las inseguridades, la distancia, etc., todo ello contado y explicado desde su propio testimonio y el de su pareja. Ana Bini utilizaba esta cuenta como cualquier otro joven, pero durante el confinamiento de principios de 2020 decidió contar su historia con Pepe con el que lleva 8 años de noviazgo. Ana es licenciada en Periodismo y sus conocimientos pueden ayudarnos a conocer mejor el buen uso de Instagram a la hora de informar. Cabe destacar que ha participado en proyectos impulsados por @jfolchh y tiene un público fiel que visualiza sus IGTV de Instagram y llega a alcanzar las 10.000 visitas por vídeo. Además, fue entrevistada por Aleteia.org, una página que nació en 2013 y que cuenta con el apoyo de la Fundación para la Evangelización a través de los Medios (FEM). Analizaremos este perfil desde principios de mayo de 2020 hasta finales de abril de 2021. Este tiempo es importante porque es cuando Ana Bini cambia su propósito en Instagram y aumenta considerablemente el número de seguidores respecto a los años anteriores.

- Joan Folch: @jfolchh. Este perfil está actualmente cerrado, pero nos servirá de ejemplo para el análisis. Era una de las cuentas más activas y, en colaboración con otras cuentas católicas, lanzó campañas para ayudar a ONG's españolas y a niños con cáncer. Este joven estudia en la Universidad de Navarra, que es una

Universidad privada católica y que pertenece al Opus Dei. Su testimonio servirá de ayuda para ver cómo los jóvenes universitarios que se mueven en un ambiente de fe transmiten lo que viven y su espiritualidad a otras personas. Su cuenta contaba con más de 19 mil seguidores, entre ellos el *influencer* Tomás Páramo y la *Revista Ecclesia* realizó una entrevista acerca de su misión y su visión como joven católico. Para analizar este perfil, contaremos con el testimonio directo de Joan Folch. Nos centraremos en estudiar sus publicaciones más destacadas y el impacto que ha tenido su cuenta a lo largo de estos meses hasta su cierre oficial: el 7 de febrero de 2021.

La figura de Juan Pablo II ha sido de gran ayuda para comprender cómo era la comunicación a principios de siglo y su evolución. La lectura de *“Iglesia digital. Propuestas para una estrategia pastoral”*, entre otras, ha sido clarificadora para entender algunas pautas sobre la comunicación evangélica en redes sociales.

Instagram está lleno de cuentas católicas y a pesar de centrarnos en cuatro, entrevistaremos, además de los ya citados, a otros perfiles que pueden ayudar en el análisis como Antonio Guzmán, seminarista de Granada y a Carolina de la Rosa, administradora de la cuenta de la Parroquia San Germán (Madrid).

El análisis tiene como objetivos:

- Estudiar los nuevos métodos de difusión del mensaje cristiano.
 - Confirmar cómo Instagram ayuda a la propagación del mensaje cristiano.
- Examinar las cuatro cuentas católicas de Instagram elegidas para descubrir su efectividad y éxito.
- Mostrar la gran cantidad de público al que llegan estas cuentas.
- Ver el tipo de reacción que tienen sus propuestas en los medios y en la gente.

A través de este proyecto, mostraremos lo aprendido en materia de redes sociales y periodismo multimedia del Grado en Periodismo. Además, es importante destacar la relación antropológica que tiene este trabajo con lo estudiado a lo largo de estos cuatro años. La Universidad Francisco de Vitoria se caracteriza por su educación centrada en la

persona. Con esto pretenden que sus estudiantes en el futuro ejercicio de la profesión entiendan que su labor también se centra en los demás. Esto es algo que podremos observar a lo largo de este TFG, ya que los perfiles de Instagram que vamos a analizar son personas que sirven o ayudan a otras personas a través de sus cuentas.

También, este trabajo está relacionado con la misión y valores de la UFV, que tiene como proyecto el humanismo cristiano.

Esta investigación aportará una visión de cómo ha cambiado la forma de transmitir la fe en el siglo XXI, en concreto en los últimos años, y mostrará las estrategias utilizadas por las cuentas mencionadas anteriormente.

2. La comunicación de la Iglesia a partir de Juan Pablo II

Para entender el gran cambio que ha dado la Iglesia católica en cuanto a la comunicación, tenemos que hablar de una figura importante para los cristianos del siglo XX y del siglo XXI: Su Santidad Juan Pablo II.

Juan Pablo II fue el papa 263 como sucesor de San Pedro y el número 264 de la Iglesia Católica. Empezó su Pontificado en el año 1978 y ocupó el cargo de vicario de Jesucristo durante casi 27 años¹. Durante más de dos décadas, el ahora santo supuso un revulsivo para la forma de comunicar de la Iglesia. Juan Pablo II consiguió abrirse a los periodistas y al mundo. La forma en la que el pontífice polaco dedicaba su vida al servicio de los demás y sus palabras, impactaron a la sociedad, especialmente a los jóvenes católicos.

Karol Jozef Wojtyła fue un hombre que cuando llegó al papado, introdujo algunos cambios y abandonó ciertas costumbres. De esta manera se mostraba más cercano e incluso, más humilde. Juan Pablo II no fue el único Papa en dejar a un lado tradiciones propias del Vaticano. En el año 1964, el papa Pablo VI fue el último en utilizar la Tiara papal, símbolo del poder del Obispo de Roma².

El pontificado de Juan Pablo II, además de destacar en otros asuntos, estuvo marcado por la cercanía. “Hizo del mundo su sede y salió al encuentro de aquellos que jamás podrían ir a Roma a visitar a su pastor”³. El Papa viajó a más de 100 países y conoció a sus gentes. Sus desplazamientos y estancias alrededor del mundo contribuyeron al desarrollo de una Iglesia más global y próxima. No solo consiguió esto, ya que fue el primer Papa que verdaderamente hizo que la curia romana entendiera que la comunicación era muy importante para llegar a cualquier persona. No podían prescindir de los medios de comunicación de los tiempos modernos. Él mismo invitó a sus seguidores a que siempre

¹ “Biografía de Juan Pablo II”. *ACI Prensa*. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/juanpabloii/biograf.htm>. [Consulta: 5 febrero 2021].

² Cadwell, Z., 2018. “El día en que el Papa donó su tiara para dar de comer a los pobres”. *Aleteia.org*. Disponible en: <https://es.aleteia.org/2018/08/23/el-dia-en-que-el-papa-dono-su-tiara-para-dar-de-comer-a-los-pobres/>. [Consulta: 12 febrero 2021].

³ ROMÁN, G Sergio., *SAN JUAN PABLO II. El comunicador del Evangelio* [Ebook]. Disponible en: <https://www.amazon.es/SAN-JUAN-PABLO-comunicador-Evangelio-ebook/dp/B00LGXS7F0> [Consulta 14 febrero 2021]

se preguntaran lo mismo: “¿Qué haría San Pablo si viviera en nuestro tiempo? El mismo don Alberione os responde: «Si San Pablo viviera, seguiría ardiendo con esa doble llama...: el celo por Dios y su Cristo, y por los hombres de cada país. Y para hacerse oír subiría a los púlpitos más elevados y multiplicaría su palabra con los medios del progreso actual: prensa, cine, radio y televisión»⁴. Y es que, durante sus primeros años como Papa, la televisión estaba en un momento crucial. Es cierto que la radio y la prensa seguían siendo importantes y, Juan Pablo II hizo muy buen uso de ellas, pero la televisión empezaba otra buena etapa. Se empezaron a emitir canales especializados y la gente podía elegir qué ver. El 22 de octubre de 1983 se creó un canal especializado para emitir las actividades de la Santa Sede.

2.1 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales

Para poder conocer aspectos de la teología de la comunicación que desarrolló Juan Pablo II, tenemos que leer algunos de sus mensajes en la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Estas jornadas nacieron promovidas por el Concilio Vaticano II y las inicia el Papa Pablo VI, pero fueron convocadas por el Papa Juan XXIII en el año 1962. Se trataba de una asamblea para reformar la Iglesia, ya que hasta el momento vivía encerrada en sí misma y se notaba la separación entre Iglesia y feligreses⁵. Es importante mencionar que Juan Pablo II formó parte del Concilio Vaticano II.

Este Concilio Ecuménico tenía como objetivo ajustar la exposición del Mensaje Evangélico a los tiempos modernos⁶. No cambió la Iglesia o los dogmas cristianos, sino que sirvió para cambiar cómo explicar la fe y que los fieles la comprendieran. Uno de las reformas o cambios más notables es el idioma en el que se daba la misa. Hasta entonces las misas se realizaban en latín y gracias al Concilio Vaticano II, se empezaron a dar en el idioma del país.

⁴ “Discurso del Santo Padre al Capítulo General de la Sociedad de San Pablo”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/speeches/2004/may/documents/hf_jp-ii_spe_20040513_society-st-paul.html [Consulta: 12 de febrero de 2021].

⁵ “El Concilio Vaticano II” *La Vanguardia*. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20170712/47314241586/el-concilio-vaticano-ii.html> [Consulta: 17 de febrero de 2021]

⁶ ARAGONÉS, Salvador. “¿Por qué el Concilio Vaticano II fue y es tan importante?”. *Aleteia*. Disponible en: <https://es.aleteia.org/2015/12/06/por-que-el-concilio-vaticano-ii-fue-y-es-tan-importante/> [Consulta: 17 de febrero de 2021]

Del Concilio Vaticano II nació la Jornada Mundial de las Comunicaciones. En el libro de Mugridge y Gannon se explica que cada año el Santo Padre elige un tema y escribe para el día de las Comunicaciones Sociales⁷.

Los objetivos para la Jornada de Comunicación Social son cuatro: “se impulsó con el objetivo principal de formar conciencias frente a las responsabilidades que incumben a los individuos o sociedad, como usuarios de los medios de comunicación; invitar a los creyentes a rezar para que los medios de comunicación sean empleados como defensores de la Verdad, y se constituyó también como un reconocimiento a todos los medios que dirigen sus esfuerzos, además de a informar y defender la Verdad a la Evangelización y el progreso de los pueblos, destacando con esta celebración el papel fundamental y el compromiso con la Verdad que tienen todos los profesionales que forman parte del sistema de medios de comunicación en el mundo”⁸.

De estos cuatro objetivos, tres fueron establecidos por el Concilio Vaticano y uno por la instrucción pastoral *Comunión y Progreso*. Se trata de un documento eclesial en el que se implanta como fines de la comunicación, la comunión y el progreso en la convivencia humana⁹. Conforme han ido avanzando los años, este día ha cogido más relevancia porque poco a poco se han ido uniendo más países católicos a dicha celebración.

El pontífice polaco pronunció en total 27 mensajes para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Cada uno de ellos trataba distintos temas: la religión en los medios, el cine, los casetes, la familia y los jóvenes, la anunciación de Cristo en el tercer milenio, etc.

⁷ Mugridge, C. A., & Gannon, M, *John Paul II DEVELOPMENT OF A THEOLOGY OF COMMUNICATION: Excellence in the Communication of the Faith as Exemplified in the Apostolic Exhortation ECCLESIA IN AMERICA*, Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 2008, p. 173.

⁸ “Día de las Comunicaciones Sociales: «Fructificad el talento de comunicar para hacer de la comunicación un instrumento que tienda puentes y sirva para unir y compartir la belleza de ser hermanos en un tiempo marcado por contrastes y divisiones»”. *El Rotativo*. Disponible en: <https://medios.uchceu.es/elrotativo/2020/05/24/dia-de-las-comunicaciones-sociales-fructificad-el-talento-de-comunicar-para-hacer-de-la-comunicacion-un-instrumento-que-tienda-puentes-y-sirva-para-unir-y-compartir-la-belleza-de-ser-hermanos-en-un/> [Consulta 18 de febrero de 2021]

⁹ “Communio Et Progressio”. *Catholic.net*. Disponible en: <https://es.catholic.net/op/articulos/6534/cat/159/communio-et-progressio.html#modal> [Consulta 23 de mayo de 2021]

En el segundo Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, cuyo tema era “El papel de las comunicaciones sociales e incumbencias de la familia”, el pontífice señalaba a los medios de comunicación como un “ulterior malestar” para los jóvenes. Juan Pablo II decía: “Es necesario al respecto subrayar la influencia creciente que los *mass-media*, especialmente la televisión, ejercen en el proceso de socialización de los muchachos, facilitando una visión del hombre, del mundo y de las relaciones con los demás que, a menudo, difiere profundamente de aquella que la familia trata de transmitir”¹⁰. El Santo Padre invitaba a que los padres cuidasen a sus hijos no solo de las amistades, pero también de cómo influían los medios de comunicación en sus familias. También comentaba que los medios de comunicación podían ser una fuente para empaparse de lo cultural, pero que para llevarse la parte positiva los padres tenían que formar parte activa de ello: “procurando afinar las facultades críticas y renunciando a la pasividad ante los mensajes transmitidos, para mejor comprender y juzgar los contenidos”¹¹. Este es un ejemplo de los muchos mensajes y temas que ofreció el Papa y ahora vamos a ver mensajes concretos que nos ayudarán a comprender cómo Juan Pablo II concebía la comunicación y su relación con la Iglesia.

En el libro “*John Paul II DEVELOPMENT OF A THEOLOGY OF COMMUNICATION: Excellence in the Communication of the Faith as Exemplified in the Apostolic Exhortation ECCLESIA IN AMERICA*” se explican algunas cuestiones en las que se fundamenta la comunicación de Juan Pablo II y, que, además están relacionadas con la comprensión que tiene la Iglesia sobre las comunicaciones sociales. Una de ellas es entender que el comunicador cristiano debe trabajar con una orientación interior hacia Cristo, que es el que moldea la metodología cristiana fundada en tres imperativos morales de la comunicación: libertad, verdad y el uso de la comunicación para el bien común¹². Sobre este tema, Juan Pablo II decía:

¹⁰ “Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_01051980_world-communications-day.html

[Consulta: 18 de febrero de 2021]

¹¹ “Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_01051980_world-communications-day.html

[Consulta: 18 de febrero de 2021]

¹² Mugridge, C. A., & Gannon, M, *John Paul II DEVELOPMENT OF A THEOLOGY OF COMMUNICATION: Excellence in the Communication of the Faith as Exemplified in the Apostolic Exhortation ECCLESIA IN AMERICA*, Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 2008, pp. 185-187

“El camino de Cristo es el camino de una vida virtuosa, fructífera y pacífica como hijos de Dios, como hermanos y hermanas de la misma familia humana; la vida de Cristo es la vida de la gracia, ese gratuito regalo de Dios que comparte su propia vida y nos hace capaces de vivir para siempre en su amor. Cuando los cristianos están verdaderamente convencidos de esto, sus vidas se transforman. Esta transformación se manifiesta no sólo en un testimonio personal que interpela y da credibilidad, sino asimismo en una urgente y eficaz comunicación, —también a través de los medios— de una fe vivida, que paradójicamente crece al ser compartida”¹³.

Juan Pablo II quería enseñar que cuando uno comunica con una guía interior hacia Cristo, la moralidad está segura y puede haber comunicación de la verdad.

El Santo Padre también hizo mención en varias ocasiones de una “Nueva Evangelización”. Una de las primeras veces que utilizó este término fue en un viaje apostólico a América Central en el año 1983: “La conmemoración del medio milenio de evangelización tendrá su significación plena si es un compromiso vuestro como obispos, junto con vuestro presbiterio y fieles; compromiso, no de reevangelizar, pero sí de una evangelización nueva. Nueva en su ardor, en sus métodos, en su expresión”¹⁴.

El pontífice compartía la importancia de que la Iglesia en su totalidad, tuviera un compromiso con el mundo de la comunicación como parte de esa nueva evangelización de la que siempre hablaba: “debemos elaborar indicaciones programáticas [...] que permitan que el anuncio de Cristo llegue a las personas, modele las comunidades e incida profundamente, mediante el testimonio de los valores evangélicos, en la sociedad y en la cultura. No solo debemos usar los medios de comunicación para anunciar a Cristo al

¹³ “Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XXXI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011997_world-communications-day.html [Consulta: 19 de febrero de 2021]

¹⁴ “Viaje apostólico a América Central, Discurso del Santo Padre Juan Pablo II a la Asamblea del CELAM”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/speeches/1983/march/documents/hf_jp-ii_spe_19830309_assemblea-celam.html [Consulta: 19 de febrero de 2021]

mundo; debemos predicar el Evangelio también al mundo de los medios de comunicación”¹⁵.

El rápido desarrollo de los medios de comunicación en cuanto a herramientas y tecnologías para comunicar, daban al Santo Padre razones para tener más en cuenta el Decreto del Concilio Ecuménico Vaticano II *Inter mirifica* dictado en 1963 por Pablo VI¹⁶. En ese Decreto se exponía algunas cuestiones sobre la Iglesia y la comunicación social: la Iglesia debía acoger y fomentar las nuevas tecnologías que corresponden con el hombre y que ayudan a comunicar con más facilidad¹⁷.

En la Carta Apostólica “El Rápido Desarrollo” dada el día de San Francisco de Sales, el patrono de los periodistas, el Sumo Pontífice reflexionaba sobre los 40 años transcurridos desde la publicación del Decreto mencionado anteriormente. Este texto es una especie de resumen de la comunicación de los últimos años y cómo seguir afrontando este campo desde un punto de vista cristiano.

Juan Pablo II reconocía los pasos que había dado la Iglesia y la comunidad católica usando los medios de comunicación tradicionales. Además, el Papa defendía comunicar siempre con la verdad:

“El apóstol Pablo ofrece un claro mensaje para cuantos están comprometidos en el ámbito de la comunicación social —políticos, comunicadores profesionales, espectadores—: «Por tanto, desechando la mentira, hablad con verdad cada cual con su prójimo, pues somos miembros los unos de los otros. [...] No salga de vuestra boca palabra dañosa, sino la que sea conveniente para edificar según la necesidad y hacer el bien a los que os escuchen» (Ef 4, 25.29)”¹⁸.

¹⁵ “Discurso del Santo Padre Juan Pablo II al Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/speeches/2002/march/documents/hf_jp-ii_spe_20020301_pccs.htm [Consulta: 19 de febrero de 2021]

¹⁶ “Carta Apostólica, *El rápido desarrollo*, del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_letters/2005.index.html [Consulta: 20 de febrero de 2021]

¹⁷ “Decreto *Inter Mirifica* sobre los medios de comunicación social”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html [Consulta: 20 de febrero de 2021]

¹⁸ “Carta Apostólica, *El rápido desarrollo*, del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_letters/2005.index.html [Consulta: 20 de febrero de 2021]

La verdad es algo muy importante para Juan Pablo II. A lo largo de toda su Carta Apostólica, podemos ver que hace hincapié en la verdad, decir la verdad y hacer conocida la verdad. Define que el gran reto de los creyentes de nuestra época es mantener una comunicación verdadera y libre para contribuir al progreso del mundo¹⁹.

Por último, el Papa también invita con su famosa frase “¡No tengáis miedo!” a no temer a las nuevas tecnologías y verlas como una herramienta puesta en el camino para dar a conocer la verdad y la fe.

Con todo lo visto hasta aquí, queremos mostrar las palabras de Juan Pablo II en varios discursos realizados en la Jornada Mundial de la Comunicación. Podemos ver que el papa 264 de la Iglesia, a través de sus palabras, gestos y su persona, promovió un camino para conseguir los objetivos establecidos por el Concilio Vaticano II. Sus palabras formaron la conciencia de creyentes y comunicadores cristianos porque transmitía la verdad de Cristo e invitaba a los demás a hacer lo mismo.

Cuando Joaquín Valls, el portavoz del Vaticano durante 22 años, hablaba de él en los medios, comentaba que a Juan Pablo II no le hacía falta saber cómo comunicar. A pesar de ello, en uno de sus primeros encuentros el Papa le preguntó cómo comunicar el universo de valores cristianos que el Vaticano tenía que hacer²⁰. Este es uno de los testimonios que demuestran que el Santo Padre realizó una labor incansable para aprender sobre la comunicación, transmitir este aprendizaje al mundo y, además, comunicar el Evangelio.

San Juan fue el que dijo: “Y el verbo se hizo carne y habitó entre nosotros”. Esto mismo se puede relacionar con el Santo Padre y sus predecesores, ya que el mensaje de Cristo se encarnó en sus palabras, en sus obras y en ellos mismos²¹.

¹⁹ “Carta Apostólica, El rápido desarrollo, del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_letters/2005.index.html [Consulta: 20 de febrero de 2021]

²⁰ Javier Martínez (29 de abril de 2011). *Joaquín Navarro-Valls: Algunos martes Juan Pablo II se escapaba de incógnito a las montañas*. [Video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=F4FTwkotJbs> [Consulta: 19 de febrero de 2021]

²¹ TORRES NIETO, Alberto., *SAN JUAN PABLO II. El comunicador del Evangelio* [Ebook]. Disponible en: <https://www.amazon.es/SAN-JUAN-PABLO-comunicador-Evangelio-ebook/dp/B00LGXS7F0> [Consulta 20 de febrero de 2021]

2.2 Logros en comunicación durante el pontificado de Juan Pablo II

a) CENTRO TELEVISIVO VATICANO

El Centro Televisivo Vaticano (CTV) se creó en el año 1983. Retransmite todas las actividades de la Santa Sede y desde 1996 se convirtió en la fuente oficial a través de la cual se podía acceder a dicho contenido²². El CTV distribuye imágenes del Santo Padre en actos importantes, produce documentales y contiene archivos con más de 4.000 horas de grabación del Pontificado de Juan Pablo II²³.

b) VATICAN INFORMATION SERVICE

El Vatican Information Service (VIS) nació en el año 1991. Es un boletín informativo de la Santa Sede. Los primeros años se publicaba en inglés y español, pero a partir de 1998 se empezó a escribir en italiano y francés²⁴. Este boletín ofrece información del Santo Padre y de la curia romana a través de una suscripción. En la página web del vaticano se puede ver un resumen de este boletín.



Resumen del VIS en la web del Vaticano. Fuente: vatican.va.

²² “¿Qué es el Centro Televisivo Vaticano?” *Catholic.net*. Disponible en: <https://es.catholic.net/op/articulos/25019/cat/152/que-es-el-centro-televisivo-vaticano.html#modal> [Consulta: 16 de febrero de 2021]

²³ “¿Qué es el Centro Televisivo Vaticano?” *Catholic.net*. Disponible en: <https://es.catholic.net/op/articulos/25019/cat/152/que-es-el-centro-televisivo-vaticano.html#modal> [Consulta: 16 de febrero de 2021]

²⁴ “Presentación Vatican Information Service” *Vis News*. Disponible en: <http://visnews-es.blogspot.com/p/presentacion-vatican-information.html> [Consulta 21 de febrero de 2021]

c) **WEB VATICANO**

En su discurso anual para las Jornada de Comunicaciones sociales del 27 de mayo de 1990, el Papa eligió el tema de la informática para hablar sobre sus beneficios en la Iglesia Católica: “El acceso inmediato a la información le da a la Iglesia la posibilidad de ahondar en su diálogo con el mundo contemporáneo. En el marco de la nueva cultura informática. La Iglesia tiene más facilidades para informar al mundo acerca de sus creencias y explicar los motivos de sus posturas sobre cualquier problema o acontecimiento concretos”²⁵.

Como hemos explicado anteriormente, el Papa quería que el Evangelio se adaptara a las nuevas comunicaciones. Creía que la Iglesia debía hacer uso de las nuevas tecnologías desarrolladas por el hombre. Su convicción y deseos se hicieron realidad el 25 de diciembre de 1995, momento en el que nació la página oficial del Vaticano: www.vatican.va.



Captura de pantalla de la web oficial del Vaticano. Fuente: vatican.va.

La página web fue muy simple durante los primeros años, ya que se tenían que recopilar y digitalizar documentos. Ahora podemos encontrar información sobre los últimos 11 Papas incluido al Papa Francisco, homilias, mensajes, viajes, audiencias, noticias,

²⁵ “Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XXIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011990_world-communications-day.html [Consulta: 21 de febrero de 2021]

calendarios, etc. La web está disponible en 6 idiomas: italiano, inglés, francés, español, alemán y portugués.



Sección con información de los Sumos Pontífices. Fuente: vatican.va.

2.3 Benedicto XVI

Joseph Ratzinger sucedió a Juan Pablo II tras su muerte en 2005 y estuvo al mando de la Iglesia Católica hasta el año 2013.

En cuanto a logros comunicacionales, Benedicto XVI hizo historia cuando el Vaticano creó a finales de 2012 una cuenta oficial de Twitter: @pontifex.



Primer tweet de Benedicto XVI. Fuente: Estrategiaynegocios.net

En su primer tweet bendijo a sus seguidores en inglés y en el segundo lanzaba la siguiente pregunta: “¿Cómo podemos vivir mejor el Año de la Fe en nuestro día a día?”²⁶. Esta cuenta está disponible en varios idiomas: español, inglés, italiano, alemán, árabe y polaco.

En sus discursos de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales sus temas se centraron especialmente en las nuevas tecnologías y medios para comunicar²⁷. En su último Mensaje para la Jornada de Comunicación el tema versaba sobre las redes sociales como nuevo espacio para la evangelización. El Papa Benedicto XVI comentaba que las redes sociales podían servir como nueva forma de expresión para el Evangelio y, además podían ayudar en el desarrollo social: “Las redes sociales, además de instrumento de evangelización, pueden ser un factor de desarrollo humano. Por ejemplo, en algunos contextos geográficos y culturales en los que los cristianos se sienten aislados, las redes sociales permiten fortalecer el sentido de su efectiva unidad con la comunidad universal de los creyentes”²⁸.

En general, el Papa Benedicto XVI siguió el mismo sendero que su antecesor y dio mucha importancia a los medios de comunicación digitales y a las redes sociales.

²⁶ “El papa Benedicto XVI envía su primer tuit: «Os bendigo a todos de corazón»”. *CNN*. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2012/12/12/el-papa-benedicto-xvi-envia-su-primer-tuit-os-bendigo-a-todos-de-corazon/> [Consulta: 20 de febrero de 2021]

²⁷ Cartes Barroso, M. J. (2020). La comunicación positiva en los medios desde la perspectiva de la Iglesia católica. *Comunicación*, (36), 51 - 65. <https://doi.org/10.18566/comunica.n36.a04> [Consulta: 20 de febrero de 2021]

²⁸ “Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLVII Jornada de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html [Consulta: 21 de febrero de 2021]

2.4 Francisco

El Papa Francisco fue elegido Papa nº 266 de la Iglesia Católica en el año 2013. También se ha mantenido en la misma línea que sus predecesores y en menos de 10 años ha creado un Dicasterio para la Comunicación y el *Vatican News*.



Página de inicio del *Vatican News*. Fuente: *Vatican News*.

Esta secretaría fue instituida por Francisco en la Carta Apostólica del 27 de junio de 2015 en forma de “Motu Proprio” para reestructurar y reorganizar la comunicación de la Santa Sede²⁹. También a través de esa carta nace el *Vatican News*, un medio digital que cuenta las últimas noticias del Papa, la curia romana y otros temas relacionados con la Iglesia y el mundo.

²⁹“Dicasterio para la Comunicación”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/roman_curia/segreteria/segreteria-comunicazione/documents/segreteria-per-comunicazione_profilo_sp.html [Consulta: 21 de febrero de 2021]

3. Las redes sociales y la información

Gracias a Internet tenemos acceso a diversas redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, Instagram, etc. La historia de las redes sociales tiene menos de tres décadas de antigüedad. Una de las primeras plataformas que sentó las bases de las redes sociales apareció en 1995 y se llamaba Classmates.com³⁰. Después le siguió SixDegrees, también aparecieron los blogs y en 2004 nació la red social de redes sociales: Facebook, que llegó a crecer con más de un billón de usuarios activos diarios en el 2005³¹.

Desde que nacieron las redes sociales hasta ahora, ha habido una gran evolución en cuanto a formato, contenido, nuevas posibilidades, etc. Al principio, no todo el mundo tenía acceso a Internet. Eso implicaba que los primeros usuarios no podían agregar a muchos amigos porque no todos tenían acceso a esas plataformas. Esto hizo que no fuera muy llamativo. Otro punto negativo era la segmentación que tenían estas redes, por lo que solo podías acceder a ellas si pertenecías al público para el que estaban creadas. De hecho, en sus inicios, Facebook era solo para estudiantes de Harvard. Al abrirse al público general, aumentaron su popularidad y sus usuarios. En la actualidad, hay una gran cantidad de redes sociales en las que solo basta con tener un correo electrónico y una contraseña para poder registrarse. Ahora la presencia de usuarios en RRSS es muy superior que hace 20 años y como consecuencia se genera mucha información y contenido. Por eso es casi un obligado cumplimiento que un cibernauta posea una cuenta en cualquiera de las redes sociales que se utilizan hoy en día.

Con Twitter, los usuarios pueden compartir su opinión con millones de usuarios, citar *tweets*, responder, subir fotografías, vídeos, etc. Facebook e Instagram son redes sociales en las que también se puede hacer lo mismo. Además de ser plataformas de entretenimiento y de relación con los demás, se han convertido en una gran fuente de información a la que acceden tanto jóvenes, como adultos. En el informe de la Asociación de la Prensa de Madrid el porcentaje de jóvenes de 14 a 24 años que utiliza las redes sociales como fuente de información es del 77,2% y el porcentaje es de 65,6% en el caso

³⁰ “Evolución del marketing en redes sociales y la transformación del marketing digital”. *Brandmanic*. Disponible en: <https://www.brandmanic.com/marketing-en-redes-sociales-evolucion/> [Consulta: 2 de marzo de 2021]

³¹ RODRIGUEZ NOLASCO, Gonzalo. “Una breve historia de las redes sociales”. *Hootsuite*. Disponible en: <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/> [Consulta: 2 de marzo de 2021]

de personas de entre 25 y 34 años³². El tanto por ciento disminuye a medida que se avanza en edad.

Algunas de las ventajas de las redes sociales son varias: los usuarios pueden comunicarse de manera instantánea, ofrecen información a la carta y se pueden compartir conocimientos³³. Las redes sociales también tienen desventajas ya que pueden acabar aislando al usuario si se usan de mala manera, pueden ser una vía de cyberbullying, de estafa, suplantación de identidad e incluso, convertirse en fuentes de desinformación³⁴. Para ello es importante hacer un buen uso de ellas, tanto si se es “espectador” como creador de contenido.

En resumen, las redes sociales son un medio muy utilizado en la actualidad, con ventajas y desventajas, pero son un instrumento importante a la hora de comunicar. Debido a esto, la institución de la Iglesia, que es consciente de la importancia de estos medios, se ha ido adaptando a los tiempos para formar parte de la cultura tecnológica. Un ejemplo de ello es la primera cuenta de Twitter del Papa Benedicto XVI que mencionábamos en epígrafes anteriores. Con este tipo de cuentas oficiales, vemos que la Iglesia está presente en las redes, pero les falta mejorar en contenido y esto lo explicaremos más adelante.

Según Pinto Suárez³⁵, a la hora de utilizar las RRSS como un lugar donde realizar la acción pastoral, hay que entender la tecnología digital porque en ese tipo de comunicación se pone en el centro a un usuario activo y no a un simple receptor pasivo. Esto quiere decir que, si la Iglesia como institución y las personas que forman parte de ella, quieren transmitir la fe a través de las RRSS, deben saber que el receptor es un usuario que quiere compartir y conversar. En definitiva, quiere interactuar con el creador de contenido religioso para satisfacer sus necesidades. “Es un lugar donde estás, es un lugar donde

³² Asociación de la Prensa de Madrid. *Informe Anual de la Profesión Periodística 2017*. Disponible en: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2018/10/APM-Informe-2017_baja.pdf [Consulta: 2 de marzo de 2021].

³³ “23 Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales en 2021”. *NeoAttack*. Disponible en: <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/> [Consulta: 2 de marzo de 2021]

³⁴ “44 Ventajas y desventajas de las redes sociales”. *Nagore García Sanz*. Disponible en: <https://nagoregarciasanz.com/ventajas-desventajas-redes-sociales/> [Consulta: 2 de marzo de 2021]

³⁵ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., *Iglesia Digital. Propuestas para una estrategia pastoral*, San Pablo, Madrid, 2014, pp. 5-6.

compartes tu vida y es un lugar donde los católicos tenemos que dar un paso, quitar estigmas y hablar también de lo que nosotros vivimos para hacerlo más real y cercano”³⁶.

3.1 Transmitir el mensaje cristiano en el siglo XXI

Para ahora entender cómo ha evolucionado la forma en la que se transmite el mensaje católico vamos a empezar con una definición. La RAE define misión de la siguiente manera: “salida o peregrinación que hacen los religiosos y misioneros de pueblo en pueblo o de provincia en provincia, o a otras naciones, predicando el evangelio”³⁷. Antes de la llegada de los canales digitales que tenemos ahora, tanto el clero como los creyentes que formaban parte de la Iglesia católica, evangelizaban de manera presencial. Es importante mencionar que actualmente se sigue misionando de esta forma. Las misiones han estado presentes desde hace mucho tiempo y algunos ejemplos de misioneros importantes son Toribio de Mogrovejo, Calixto Caravario y la más conocida, Teresa de Calcuta. “El concepto de misionero se relaciona con los individuos que forman parte de una comunidad religiosa y que tienen por tarea evangelizar o difundir los preceptos de su fe tanto en la misma comunidad en la que viven como en comunidades muy lejanas en las que probablemente hay que empezar de cero”³⁸. En España hay 11.000 misioneros que se encuentran en unos 135 países alrededor del mundo³⁹.

Las misiones permiten transmitir la “Buena Noticia” a muchos rincones del mundo, pero las redes sociales abren un abanico de posibilidades que no tiene ningún otro medio: la inmediatez con la que se transmite todo, las nuevas formas de expresión que permiten y, el uso de un vocablo sencillo, preciso y cercano para llegar a cualquier persona. Respecto a esto Benedicto XVI comentaba:

³⁶ Entrevista con el Padre Joaquín, sacerdote y propietario de la cuenta @joaquincomp, el día 5 de abril de 2021.

³⁷ RAE, misión, “Diccionario de la lengua española” Disponible en: <https://dle.rae.es/misión?m=form> [Consulta: 5 de marzo de 2021]

³⁸ “Definición de Misionero”. *Definición ABC*. Disponible en: <https://www.scribbr.es/detector-de-plagio/generador-apa/new/webpage/> [Consulta: 23 de mayo de 2021]

³⁹ “¿Sabías que los misioneros y misioneras españoles están presentes en 135 países?”. *Cope*. Disponible en: https://www.cope.es/religion/hoy-en-dia/iglesia-espanola/gente-con-fe/noticias/sabias-que-los-misioneros-misioneras-espanoles-estan-presentes-135-paises-20201016_946762 [Consulta: 5 de marzo de 2021]

“La capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar. Las mentes y los corazones de todos”⁴⁰.

Por tanto, como hemos visto hasta ahora, el mundo digital –especialmente el de las redes sociales– es un medio importante a tener en cuenta para predicar el Evangelio, pero sobre todo para transmitir el mensaje católico. Papa Benedicto XVI, en su discurso para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales del año 2013, dijo lo siguiente:

“Las redes sociales digitales están contribuyendo a que surja una nueva ágora, una plaza pública y abierta en la que las personas comparten ideas, informaciones, opiniones, y donde, además, nacen nuevas relaciones y formas de comunidad”⁴¹.

Con este mensaje invitaba a los católicos a utilizar las redes sociales y verlas como un lugar nuevo donde divulgar el mensaje evangélico. Ese mensaje tiene que estar continuamente en renovación, no en cuanto a contenido, sino en las formas en las que se difunde. Podemos decir que, en las RRSS la conversión de personas es una tarea más complicada por el largo proceso que conlleva. En las misiones sí se puede dar una conversión porque hay una relación de tú a tú en persona, donde pueden estar presentes los sacramentos y, además, se cumple con el largo camino y acompañamiento necesario. Aún así, su uso sí puede fomentar una evangelización futura y presencial y, ayudar mientras tanto en la profundización de contenidos que interesan a los internautas.

Conociendo qué es la misión, quiénes son los misioneros, qué hacen y la importancia de las redes sociales, podemos relacionar estas cuestiones y hablar de un referente en el ámbito digital. Se trata de Carlo Acutis, un adolescente al que se le conoce como el “patrono de Internet”. Este joven falleció a causa de una leucemia con tan solo 15 años

⁴⁰ “Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLVII Jornada de las Comunicaciones Sociales”. *Vaticana.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html [Consulta: 5 de marzo de 2021]

⁴¹ “Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLVII Jornada de las Comunicaciones Sociales”. *Vaticana.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html [Consulta: 5 de marzo de 2021]

en el año 2006. Fue beatificado el 10 de octubre de 2020 en la Basílica de San Francisco de Asís, Italia⁴². Su beatificación se produjo a raíz de que se le atribuyera un milagro en el que curó a un niño de Brasil a través de la intercesión⁴³. Aunque esto sea lo más llamativo de este joven, lo que nos importa sacar de aquí es su aportación en la web. Carlo Acutis fue un misionero moderno, un misionero en la web 3.0. El ahora Beato, creó numerosas páginas web donde catalogó los milagros eucarísticos que habían sido reconocidos por la Iglesia hasta el momento⁴⁴.

Por esta razón, podemos considerarle el primer *influencer* católico que, a través de su conocimiento informático e Internet, difundió el mensaje cristiano como nunca antes se había hecho. En 2019, el Papa Francisco comentó: “Él sabía muy bien que esos mecanismos de la comunicación, de la publicidad y de las redes sociales pueden ser utilizados para volvernos seres adormecidos, dependientes del consumo y de las novedades que podemos comprar, obsesionados por el tiempo libre, encerrados en la negatividad. Pero él fue capaz de usar las nuevas técnicas de comunicación para transmitir el Evangelio, para comunicar valores y belleza⁴⁵”.

Carlo Acutis fue el primer joven en realizar lo que varios Papas habían pedido en sus discursos para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales en relación con el mundo digital. A partir de ahí han ido surgiendo páginas y blogs como CatholicLink. Esta página nació en 2011 de la mano de jóvenes católicos universitarios de distintos países para transmitir la fe de una manera innovadora y ajustada a los tiempos⁴⁶. Hay otras páginas como HazteOir, Evangeliza y Rezando voy, pero lo que le da un valor extra a CatholicLink es que utiliza un lenguaje atractivo, visual y el sentido del humor para la

⁴² “Carlo Acutis, la historia del adolescente que se convirtió en beato”. *Milenio*. Disponible en: <https://www.milenio.com/cultura/carlo-acutis-la-historia-del-beato-adolescente> [Consulta: 7 de marzo de 2021]

⁴³ “Carlo Acutis, el adolescente «genio de la informática» que podría ser el primer santo millennial”. *CNN*. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/10/14/carlo-acutis-el-adolescente-genio-de-la-informatica-que-podria-ser-el-primer-santo-millennial/> [Consulta: 7 de marzo de 2021]

⁴⁴ ALBER, Thomas, *Carlo Acutis. Misionero en internet*, ADADP, 2021, p. 67.

⁴⁵ “El Papa habla del Beato Carlo Acutis: Fue un «enamorado de la Eucaristía»”. *Aciprensa*. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/noticias/papa-francisco-destaca-el-testimonio-del-beato-carlo-acutis-48166> [Consulta: 8 de marzo de 2021]

⁴⁶ “Catholic Link y el reto de difundir la verdad en internet”. *Aciprensa*. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/noticias/catholic-link-y-el-reto-de-difundir-la-verdad-en-internet> [Consulta: 9 de marzo de 2021]

formación⁴⁷. Ellos mismos cuentan en su página web: “Estamos convencidos de que la Iglesia tiene una riqueza inmensa para el mundo y que esta riqueza solo puede ser percibida y entendida si es que los católicos decidimos comunicarla. Comunicarla especialmente con creatividad, que no significará jamás disminuir la fuerza del Evangelio”⁴⁸.

En los últimos años estas páginas se han complementado con cuentas oficiales de Instagram. La cuenta en su versión en español, @catholicklink_ es cuenta con 492 mil seguidores y la cuenta en inglés con 65,3 mil seguidores⁴⁹.

En Oberlo explican que Instagram cuenta con 1.000 millones de usuarios activos cada mes y aproximadamente la mitad lo utilizan a diario⁵⁰. Es evidente que esta red social es una de las más populares por su enorme crecimiento y actividad, lo que supone una vía de comunicación importante. Dentro de Instagram, encontramos perfiles del clero, principalmente sacerdotes que están más puestos con la tecnología. Esto demuestra que dentro de la Iglesia se están haciendo grandes esfuerzos para estar presentes en el mundo digital. Aún así, a la Iglesia como institución le queda un largo camino por recorrer porque la mayoría de las cuentas oficiales se dedican a ser una especie de panel informativo. Esto es lo que explica Antonio Guzmán (@antonioguzmandi) respecto al papel de la Iglesia en redes: “Tú ves los perfiles oficiales de cosas eclesiales y son como un corcho en el pasillo. En la vida real hablan de la vida, pero en redes, que es donde uno se mete después de volver del trabajo, de la cita del dentista, etc., publican cómo se celebra el Triduo Pascual o un mensaje teórico. Tú necesitas encontrar lo mismo que encontrarías en una compañía humana”⁵¹. El Padre Joaquín también cree que a la Iglesia le falta camino por recorrer: “Como institución, la Iglesia con sus diócesis y congregaciones puede tener sus cuentas, pero no les parece muy prioritario que haya una buena comunicación mediática.

⁴⁷ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., *Iglesia Digital. Propuestas para una estrategia pastoral*, San Pablo, Madrid, 2014, pp. 162-163.

⁴⁸ “¿Quiénes Somos?”. *CatholicLink*. Disponible en: <https://catholic-link.com/quienes-somos/> [Consulta: 9 de marzo de 2021]

⁴⁹ Cifras consultadas a 10 de mayo de 2021

⁵⁰ MARYAM, Moshin. “Estadísticas Instagram 2021: 10 datos curiosos de Instagram que no sabías”. *Oberlo*. Disponible en: <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-de-instagram> [Consulta: 15 de marzo de 2021]

⁵¹ Entrevista con Antonio Guzmán, seminarista y propietario de la cuenta @antonioguzmandi, el día 8 de abril de 2021.

Aunque el hecho de que el Papa tenga Twitter y cuenta de Instagram es significativo porque lo que nos dice es que hay que estar ahí también”⁵².

A pesar de esto, los laicos que conforman la Iglesia están haciendo un gran trabajo a la hora de comunicar el Evangelio. Además de las cuentas católicas personales, existen perfiles de parroquias en las que un católico voluntario administra la cuenta: Parroquia San Germán (@parroquiasangerman); Santa Teresa TC (@santateresatc); Parroquia de San Jorge (@parroquiadesanjorge); Parroquia Buen Suceso (@parroquiabuensuceso), etc. Esto demuestra que, en el nivel más social, el rostro de la Iglesia son cada uno de los cristianos que forman parte de ella (incluidos algunos sacerdotes “tecnológicos”) porque pueden transmitir su fe de una manera real y desde el testimonio.

Aunque la existencia de cuentas católicas en Instagram viene dándose desde hace un par de años, ha habido un acontecimiento que ha incrementado su presencia: la pandemia del año 2020. Esta circunstancia ha sido el clic que les faltaba a muchos creyentes para darse cuenta de la importancia de transmitir la fe a través de un canal tan usado como es el de las redes sociales. “Un montón de cuentas católicas han surgido a raíz de la pandemia. Como no podías estar cerca de tus amigos de la universidad, del trabajo y no podías hablar de Dios, muchos empezaron a hacerlo a través de las redes”⁵³. Actualmente, en 2021 la presencia de jóvenes universitarios y familias que comparten su fe con miles de seguidores es bastante notable.

3.2 Pautas para el uso de Instagram como medio para transmitir la fe

Con lo visto hasta ahora, podemos agrupar las cuentas de Instagram con perfil católico y clasificarlas en cinco grandes grupos:

- **Cuentas oficiales de la Iglesia:** la cuenta del Papa Francisco (@franciscus), Conferencia Episcopal Española (@prensacee), Archidiócesis de Valencia (@archivalencia), etc.

⁵² Entrevista con el Padre Joaquín, sacerdote y propietario de la cuenta @joaquincomp, el día 5 de abril de 2021

⁵³ Entrevista con Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas, el día 24 de marzo de 2021.

- **Cuentas de sacerdotes:** la cuenta del Padre Joaquín (@joaquincomp), Padre Rodolfo Londoño (@rodolfoandreslondono), Padre Jesús Silva (@elpadrejesus), etc.
- **Cuentas de noticias católicas:** ACI Prensa (@aciprensa), EWTN Vatican (@ewtnvatican), Aleteia (@aleteia_es)
- **Cuentas católicas con recursos para el apostolado:** Arguments Catequesis (@arguments_catequesis), Catholic Net (@catholicnet), Jóvenes Católicos (@catolicos_es), etc.
- **Cuentas católicas personales:** Carla Restoy (@carlarestoy), Ana Bini (@princespequitas), 3gether (@3gether_), etc.

Según Juan Carlos Pinto⁵⁴, una de sus propuestas para renovar o empezar con la estrategia pastoral digital a todos los niveles –ya sea en la cuenta de una parroquia, en una cuenta sacerdotal o personal– es la de usar un *social media manager*. Además, explica que esta persona se encarga de gestionar la cuenta, crear comunidad y contenido y, publicarlo. Realmente, esta figura como tal es solo necesaria en cuentas no personales donde se representa a una parroquia, una diócesis, un movimiento, etc. Por ejemplo, en un perfil donde el propietario de esa cuenta es un joven que sube vídeos con testimonios de fe, el propio joven puede tomar el papel de *social media manager*.

Con las cuentas ya clasificadas, podemos enumerar una serie de directrices o pautas concretas. Estas reglas a seguir las utilizan los *social media manager* profesionales para el marketing y servirían para todos los tipos de perfiles católicos: cuentas personales, de noticias, etc. Esto es así porque si la finalidad de la cuenta es transmitir el Evangelio y la fe, una buena manera de hacerlo y sin desviarse del camino es teniendo en cuenta estas “normas” básicas para formar parte del mundo digital. Las pautas son:

- **Escuchar:** “Leer lo que dice tu parroquia, tu diócesis y tener muy en cuenta la escucha”⁵⁵. La escucha de lo que puedan decir otros laicos es muy importante para saber qué es lo que quieren, buscan y anhelan.

⁵⁴ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., *Iglesia Digital. Propuestas para una estrategia pastoral*, San Pablo, Madrid, 2014, pp. 207-208.

⁵⁵ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., op cit, p. 208.

- **Participar:** “Crear una estrategia para responder a lo que se dice de modo que se pueda formar parte de la conversación”⁵⁶. Como hemos explicado anteriormente, en las redes sociales en general y, por tanto, en Instagram en concreto, los usuarios exigen una conversación donde participan todos. Si las personas que administran las cuentas están presentes e interactúan, podrán saber qué quieren sus seguidores y dar respuesta.
- **Ayudar:** “Intentar ayudar a los que quieren hablar de ti”⁵⁷. Si se quiere ser una especie de *social media manager* a la hora de administrar la cuenta de Instagram, hay que ayudar a que el seguidor entienda y conozca realmente lo que se le quiere transmitir para que pueda hablar de tu contenido.
- **Adaptar:** Adaptar el contenido de lo que se quiere transmitir a las nuevas formas de comunicación que exigen las redes sociales.

Pinto Suárez también explica que hay que tener en cuenta el lenguaje que se utiliza y que el contenido debe ser original para captar la atención del usuario y mantenerlo en el tiempo⁵⁸. Jorge Oesterheld en relación al lenguaje explica: “El mismo Jesús nos enseña a huir de expresiones que pueden confundir y a buscar las palabras adecuadas. Lo hace cuando no permite a sus discípulos que lo llamen «Mesías». Él era el Mesías; la palabra no podía ser más precisa, era la expresión exacta para describir quién era el Señor; sin embargo, en esos momentos prefiere evitar la palabra, porque en la mentalidad de quienes lo escuchaban significaba algo que distorsionaba lo quería transmitir⁵⁹.”

Asimismo, cuidar el *feed* porque se trata del primer contenido que un usuario ve al entrar en la cuenta de Instagram⁶⁰.

Estas reglas se pueden asociar con un aspecto muy técnico de Instagram, pero en el momento de analizar los cuatro perfiles elegidos para el trabajo, veremos que la mayoría se cumplen de manera sistemática. Desde el Padre Joaquín (@joaquinconpe) hasta Quique Mira (@quiquemira), todos se intentan adaptar al medio en el que difunden un mensaje, interactúan y participan, etc.

⁵⁶ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., op cit, p. 208.

⁵⁷ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., op cit, p. 209.

⁵⁸ PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., op cit, p. 210.

⁵⁹ OESTERHELD, Jorge., *No basta con un clic*, PPC EDITORIAL, Madrid, 2016, pp. 87-88.

⁶⁰ “La importancia de tener un feed bien cuidado en redes sociales”. *Axioma&Co*. Disponible en: <https://www.scribbr.es/detector-de-plagio/generador-apa/new/webpage/> [Consulta: 1 de abril de 2021]

4. Análisis de cuentas católicas que transmiten la fe en Instagram

Las cuentas de Instagram que vamos a analizar son la del padre Joaquín, @joaquincomp; Quique Mira, @quiquemira; Ana Bini, @princespequitas y la cuenta de Joan Folch, @jfolchh. Estos cuatro perfiles cuentan con un número significativo de *followers* (todos más de 10 mil) por lo que se podrá realizar un análisis real del impacto que tienen en sus seguidores (la mayoría jóvenes católicos).

Cada cuenta tiene un tiempo de análisis concreto:

- @joaquincomp: desde el inicio del estado de alarma (15 de marzo) hasta un año después porque es cuando comienza a retransmitir la Eucaristía a través de directos de Instagram. Fue el primero en realizarlo y provocó que otras cuentas parroquiales le imitaran. Además, durante este período aumentó su número de seguidores.
- @quiquemira: desde enero a principios de abril de 2021 que es cuando pasa de 4 mil a 10 mil seguidores y cuenta con vídeos de más de 30 mil reproducciones cada uno.
- @princespequitas: desde principios de mayo de 2020 hasta finales de abril de 2021. En este período Ana Bini cambia su propósito en Instagram y aumenta su número de seguidores respecto a los años anteriores.
- @jfolchh: para estudiar sus publicaciones más destacadas y el impacto que ha tenido, analizaremos su cuenta desde mayo de 2020 hasta el cierre oficial de la cuenta: el 7 de febrero de 2021.

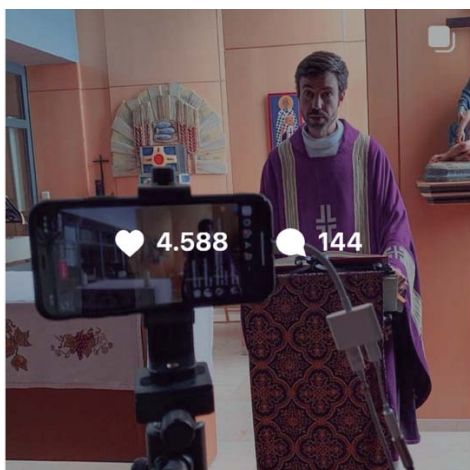
4.1 Padre Joaquín

Para el análisis de esta cuenta, hemos podido entrevistar al padre Joaquín de manera presencial. Este sacerdote nos cuenta en la entrevista que empezó con su cuenta de Instagram en el año 2014. Durante un tiempo, su contenido consistía en fotografías simples en las que aparecía lo que hacía en el día o citando versículos de la Biblia: “Empecé a subir contenido más serio en el verano de 2018. Antes era la típica cuenta en la que vas subiendo fotos de cosas...”⁶¹. El sacerdote también explica que hay un

⁶¹ Entrevista con el Padre Joaquín, propietario de la cuenta @joaquincomp, el día 5 de abril de 2021.

momento en el que piensa cerrar la cuenta, pero finalmente decide ponerse manos a la obra para compartir su vida y llegar a los corazones. Desde este momento, su público objetivo ha sido y son los jóvenes: tramo de 18 a 30 años de edad.

El crecimiento de su cuenta ha sido progresivo. Ha habido momentos potentes en los que algún *influencer* como Marta Pombo (@mpombor con 450 mil seguidores)⁶² han recomendado su cuenta, pero el pico fuerte fue durante la pandemia. “En las primeras semanas de confinamiento hubo una subida muy fuerte”⁶³. Teniendo en cuenta esto, nuestro análisis comienza al día siguiente de que el Gobierno declarara el estado de alarma, es decir, el día 15 de marzo de 2020. Durante las primeras semanas, podremos ver un análisis más detallado de varias publicaciones en el *feed* y después del final del confinamiento, se centrará en un análisis general.



joaquincomp Comienza. Ya!!
.
Mañana es lunes. El primer lunes de otros muchos. Conciénciate.
.
Si hoy no disfrutas de tu día. ¿Qué te falta? Solo el que valora lo que tiene hoy, será capaz de disfrutar de aquello que tendrá mañana.
.
¿Cuánto vas a tardar en adaptarte?
¿Cuánto tardarás en aceptar la nueva situación?
.
Vamos a valorar una vida que hemos dado por supuesta. Y que en menos de una semana se nos ha venido abajo.

Fuente: Instagram.

El 15 de marzo, el Padre Joaquín realiza su primer directo de una Eucaristía en Instagram. Esa primera retransmisión consigue muchas visualizaciones porque en ese momento era el único que dio esa alternativa a la misa presencial⁶⁴. ENTREVISTA La publicación describe la sensación de una misa virtual y cuenta con 4.588 *likes*, 144 comentarios y utiliza etiquetas relacionadas con el coronavirus.

⁶² Cifra consultada a 10 de abril de 2021.

⁶³ Entrevista con el Padre Joaquín, *op cit.*

⁶⁴ Entrevista al Padre Joaquín, propietario de la cuenta @joaquincomp, el día 5 de abril de 2021.



Así estamos...

Y para mi una oportunidad de reencontrarme con esta posibilidad de llevar a Dios por medios digitales.

Que Dios no se encierra en cuarentenas. Habrá que descubrirlo en otros lugares y de otros modos.

Gracias!!

#sacerdote #coronatime #cuaresma
#corona2 #inspiracion #crecimiento
#crecimiento personal #corona



Les gusta a pepborrellv y 3.148 personas más

18 DE MARZO DE 2020

Fuente: Instagram.

El 18 de marzo, la publicación del sacerdote obtiene 3.149 likes, 72 comentarios y también utiliza etiquetas relacionadas con el coronavirus y el sacerdocio.



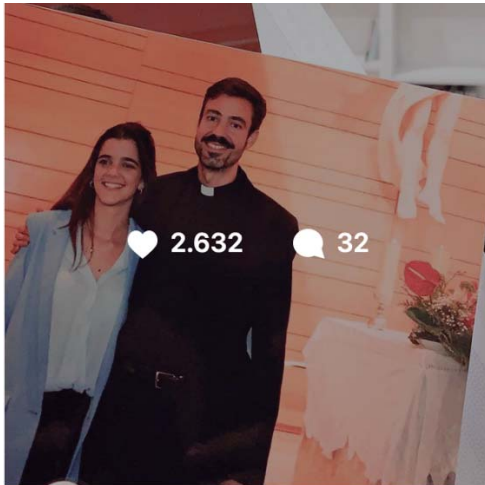
joaquincomp Aplicable al amor, el cariño, la confianza, el perdón, el respeto...

Comparte y etiqueta

#yomequedoencasa #frase #amor
#sonrie #coronatime #reflexion
#inspiracion #spiritualitycoach

Fuente: Instagram.

El 22 de marzo, el Padre Joaquín publica una fotografía con una frase reflexiva. Este post obtiene 2.677 likes, 34 comentarios y utiliza hashtags para llegar a más gente.



Fuente: Instagram.



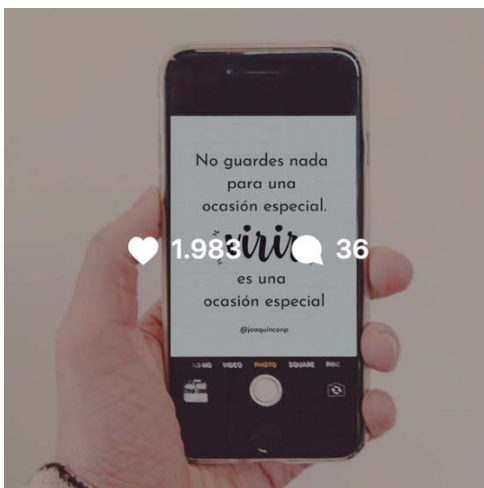
joaquinconp Tiempo para valorar...

En estos días hacemos limpieza y ordenamos. Pero también vemos fotos, leemos viejas notas y encontramos tesoros.

Tesoros escondidos.

Así que es tiempo para valorar. Sí. Y de echar la vista atrás. Hacer historia. Nuestra historia. Valorar lo que tenía, valorar aquello a lo que no presté demasiada atención. Que estuvo ahí pero como si no. Y que era un tesoro. Lo sigue siendo.

El 1 de abril, la publicación es una foto antigua en la que invita a valorar los “tesoros escondidos”. La publicación cuenta con 2.632 likes y 32 comentarios



Fuente: Instagram.



joaquinconp No siempre hay que esperar al momento perfecto. Más bien tenemos que crear nosotros ese momento perfecto.

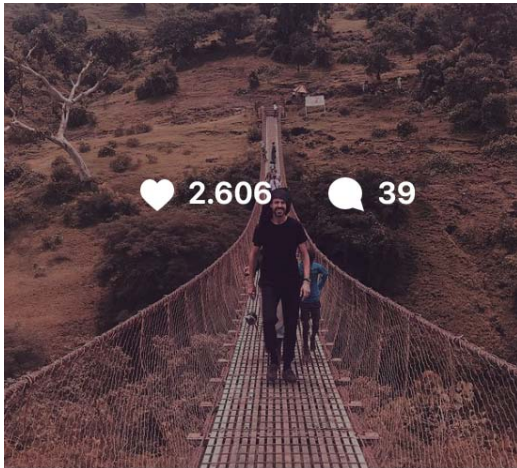
Así que. A decir un “te quiero”, no esperes.

A hacer una llamada, no esperes. A montar una fiesta en tu balcón para tus vecinos, no esperes. Mañana.

Y esa botella de vino... para el Domingo de Resurrección 🍷 Y celebra la VIDA.

Comparte con “esa” persona 🤝

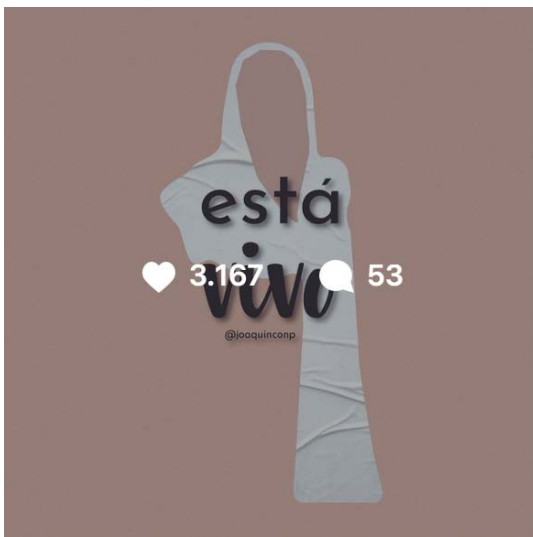
El 5 de abril, la publicación vuelve a ser una frase reflexiva sobre el momento perfecto y cómo crearlo. La publicación cuenta con 1.983 likes y 36 comentarios.



joaquincomp Recuerdos 🇪🇸 .
No es solo echar de menos lo que no podemos vivir hoy. Poca cosa es esa.
.
Es más bien volver sobre tantas cosas que aun no hemos acabado de vivir. Porque nunca tuvimos tiempo de disfrutarlas lo suficiente.
.
Hay experiencias que yo viviría una y otra vez. Como cuando descubres un temazo y te lo pones en bucle 🔄 Una y otra vez. Hasta que parece que lo agotas. Pero no.

Fuente: Instagram

El 8 de abril, el Padre Joaquín sube un recuerdo de uno de sus viajes. La publicación tiene 2.606 likes y 39 comentarios.



joaquincomp De verdad de la buena!!!
Feliz Pascua 🙌 de Resurrección 🙌
amigos!!
.
Que nadie se quede hoy sin saberlo!
.
Comparte 🔄 esta alegría 🙌
...
#frase #pascua #elvive #jesus
#jesusestavivo #alegria
56 sem

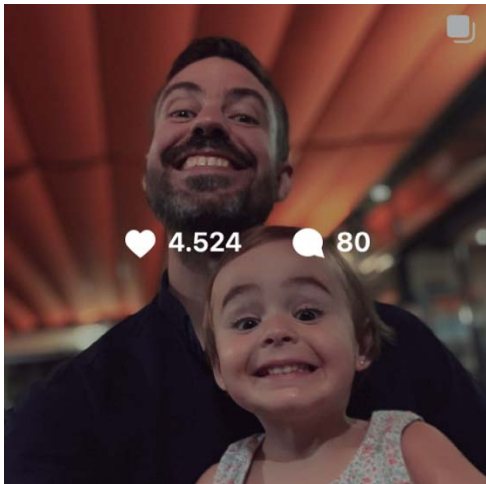


cristina_rdguez Especial
agradecimiento por la pascua

Les gusta a beapaniagua17 y 3.166 personas más
12 DE ABRIL DE 2020

Fuente: Instagram

El 12 de abril, la publicación es una imagen de la figura de Jesús y felicita a sus seguidores por la Pascua de Resurrección. Este post cuenta con 2.176 likes y 53 comentarios.



joaquinconp Cuando vuelva a verles así, en directo, no voy a reconocerles.

• Que los sobrinos crecen muy rápido.

• Ahora es cuando echamos más y más de menos lo que nos hace tremendamente humanos: el contacto.

• Abrazarnos, besarnos, jugar, compartir mesa, plato y sofá... sin miedo.

• No somos ángeles, tampoco máquinas. Somos humanos. Físicos.

Fuente Instagram

El día 19 de abril, @joaquinconp sube una fotografía más personal con un familiar. Hace una reflexión sobre el tiempo de confinamiento y el contacto humano que se ha perdido con él. Esta publicación cuenta con 4.524 *likes* y 80 comentarios.



Yo creo que los curas somos especialmente sensibles con el tema de la muerte. La vemos con relativa frecuencia. Trabajamos con ella.

• Por las parroquias pasa mucha gente que ha perdido seres muy queridos. Hay funerales verdaderamente desgarradores. A nosotros también nos toca de cerca otras veces.

• Los curas tradicionalmente vamos de negro. El negro no siempre es bienvenido. Es luto.

• Y es que, mientras haya dolor en este mundo, estaremos presentes. Acompañando, queriendo, escuchando y riendo.

Fuente: Instagram.

El 26 de abril, publica una fotografía de sí mismo y habla sobre la muerte y cómo toca a los curas. Tres días antes el número de fallecidos en España desde que se declaró la pandemia era de 22.157.⁶⁵ Esta publicación cuenta con 4.411 *likes* y 93 comentarios.

⁶⁵ “Sube ligeramente la cifra de muertos por Covid-19 en España: 440 fallecidos en las últimas 24 horas”. *El Mundo*. Disponible en: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/04/23/5ea15517fc6c8380548b45fb.html> [Consulta: 10 de abril de 2021]



Fuente: Instagram.

El 29 de abril, el Padre Joaquín sube una frase y celebra que ha alcanzado 30.000 seguidores en su cuenta de Instagram. Utiliza etiquetas de agradecimiento, reflexión, crecimiento, etc.



Fuente: Instagram.

El 5 de mayo, publica una captura de pantalla de una videollamada con los otros sacerdotes de su parroquia. Además, con motivo del anuncio de la desescalada en España cuenta que no echará de menos las misas virtuales. Esta publicación cuenta con 1.526 likes y 29 comentarios.



Fuente: Instagram.



joaquinconp Amigos que son más que amigos.

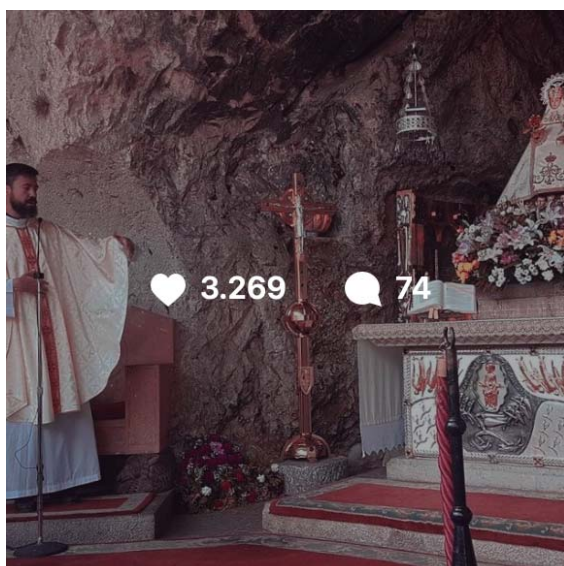
Por que cuando Dios habla lo hace por múltiples vías.

Gracias a esos amigos!!

Por cierto, creo que esta frase la leí de Bob Goff, en uno de los mejores libros que he leído: El amor hace.

Etiqueta a ese amigo 🙏 que Dios ha puesto en tu camino para darte respuestas 🙏🙏🙏

El 8 de mayo, el Padre Joaquín publica una frase reflexiva sobre los amigos que da Dios. Esta publicación recibe 3.217 likes y 208 comentarios.



Fuente: Instagram.



joaquinconp Ella

Pues sí. Este es su mes. Mayo. Primavera. Flores.

Y aunque sigamos confinados, los días me saben más a María.

Tiro de carrete. Ya me afeité esa barba. Es en Covadonga. Una de las infinitas veces que he estado allí. Infinita, no por haber estado infinitas veces sino



Les gusta a **blessings.es** y 3.268 personas más

10 DE MAYO DE 2020

El 10 de mayo, @joaquinconp sube una fotografía de la Virgen para celebrar su mes, el mes de mayo. Este post cuenta con 3.269 likes y 74 comentarios.



Fuente: Instagram.

joaquinconp ¿Se te vienen abajo tus cimientos?

·

·

Piensa cuáles son tus alas.

·

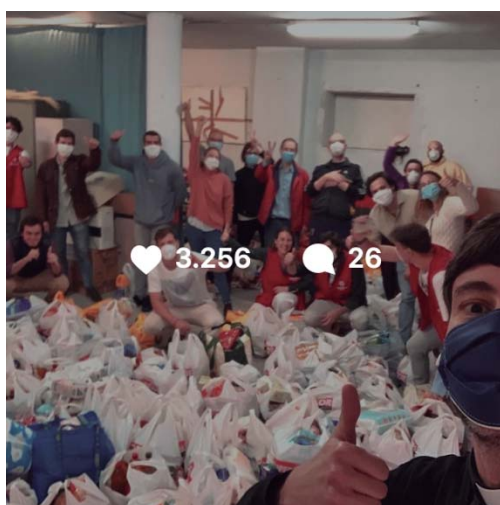
Alguien que conoces necesita estas palabras. Comparte 🦋 y etiqueta con un amigo 🤝

·

·

#motivacion #intencion #accion #frase #crecimiento #crecimientopersonal #spiritualitycoach #coronacare #confinamiento #fase0 #fase1

El 14 de mayo, se publica una frase reflexiva y está acompañada de etiquetas que pueden ayudar a su crecimiento y alcance en redes. La publicación cuenta con 1.631 likes y 15 comentarios.



Fuente: Instagram.

joaquinconp Gente buena vs. Gente mala.

·

La pandemia ha sacado de todo. Bueno y malo.

·

Habrá que ver lo que se ha hecho mal. Y habrá que ver lo que se ha hecho bien. Que esta parte no se nos olvide.

·

👍 🗨️ 📌

Les gusta a **mariahernandezc** y **3.255 personas más**

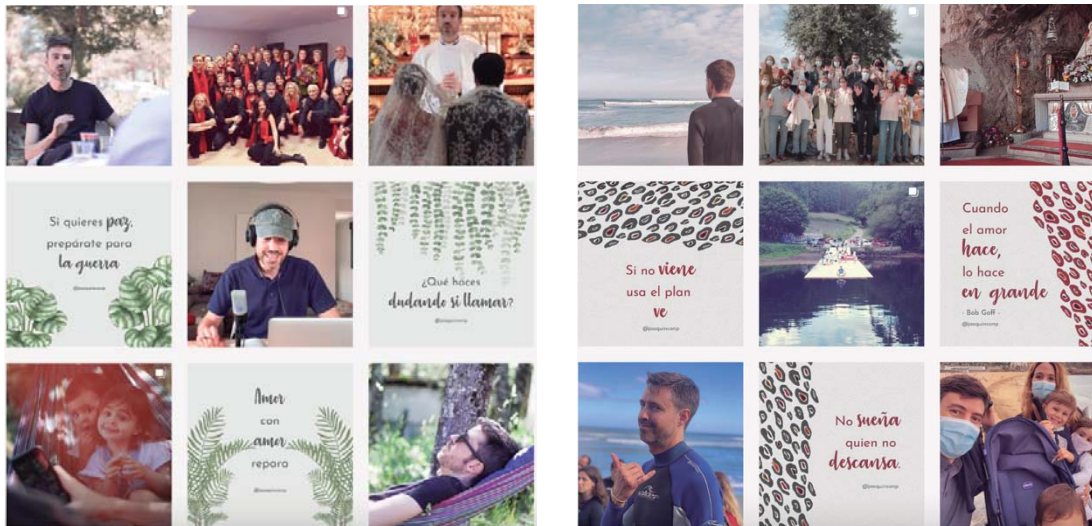
17 DE MAYO DE 2020

El 17 de mayo, el Padre Joaquín sube una foto con varios voluntarios que repartieron comida durante el confinamiento. También reflexiona sobre lo que ha sacado la pandemia de las personas.

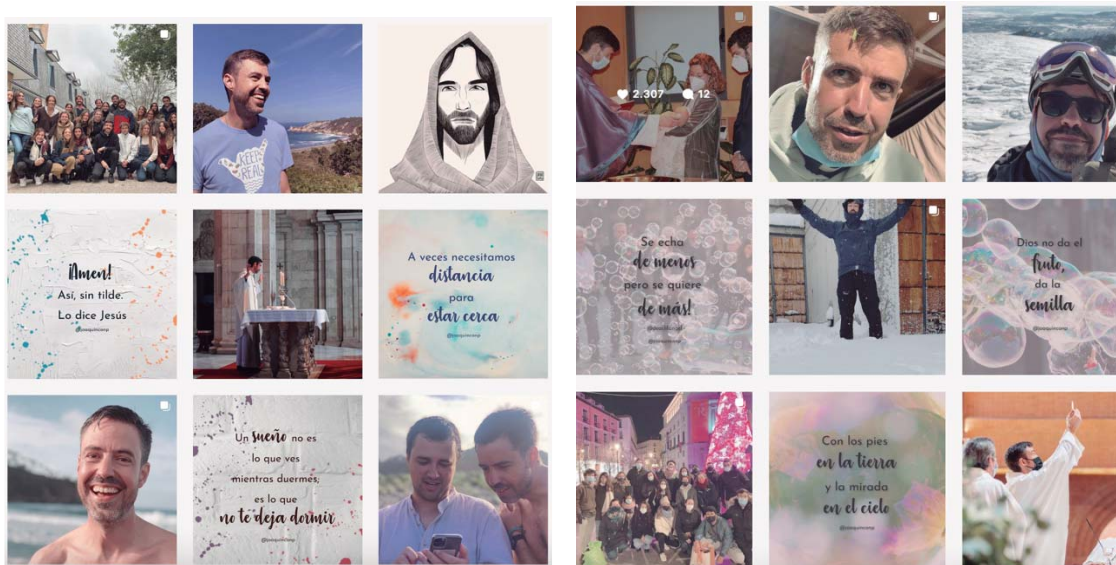
En mayo de 2020 empieza la desescalada en España. Según explica La Voz de Galicia⁶⁶,

⁶⁶ “Estas son las provincias que pasan el lunes a la fase 1”. *La Voz de Galicia*. Disponible en: <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/sociedad/2020/05/08/provincias-pasan-lunes-fase-1/00031588958472971948163.htm> [Consulta: 12 de abril de 2021]

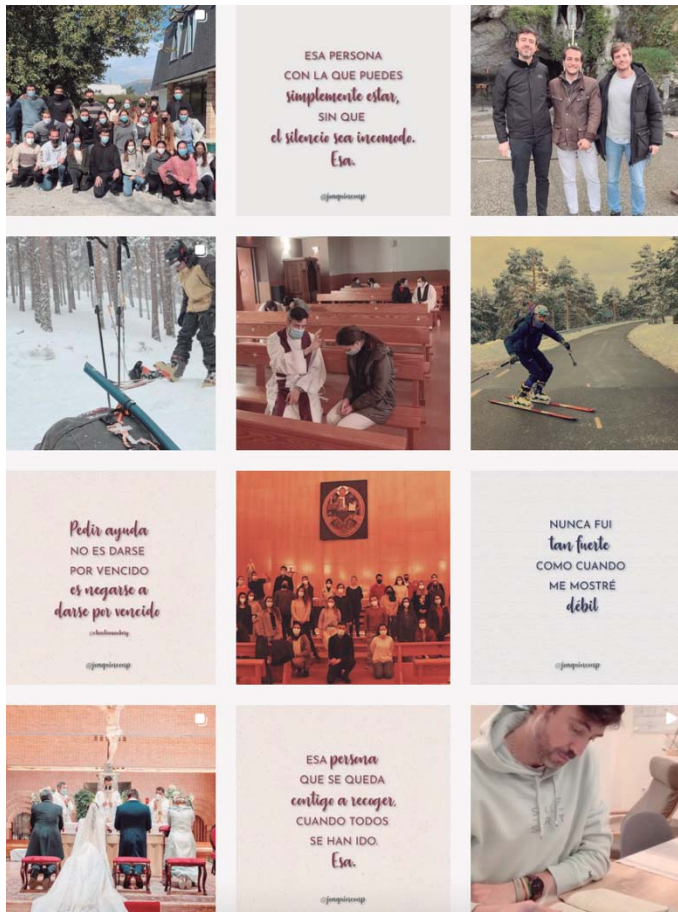
el 11 de mayo once comunidades (más Ceuta y Melilla) pasaban a la fase 1, cinco a la fase 0.5 y el resto se quedaba en fase 0. A partir de aquí también podemos ver que el *feed* del Padre Joaquín está más organizado y empieza a seguir una estructura y orden constante:



Feed de la cuenta de @joaquincomp desde junio a septiembre de 2020. Fuente: Instagram.



Feed de la cuenta de @joaquincomp desde octubre de 2020 a enero de 2021. Fuente: Instagram.



Feed de la cuenta desde finales de enero a mediados de marzo de 2021. Fuente: Instagram.

Actualmente, este sacerdote sube stories y *reel* todos los días, tanto en Instagram como en Tiktok. En cuanto a las publicaciones en el *feed*, sube contenido los miércoles y los jueves. “Tengo gente que me ayuda porque sino sería imposible, sobre todo las frases. He buscado a gente que me lo hace”⁶⁷. Las fotografías que sube son de momentos de oración en su parroquia, en retiros con otros jóvenes, realizando actividades y *hobbies*. Las frases están relacionadas con momentos que puede experimentar cualquier joven o sentirse identificado como: “Esa persona que se queda contigo a recoger cuando todos se han ido. Esa”; pero también frases para pensar en Dios y su vida: “Dios no da el fruto, da la semilla.”

El *feedback* que recibe el Padre Joaquín de parte de sus seguidores es bastante positivo. En la imagen 1, sacada de la publicación del 15 de marzo, vemos que los comentarios son de agradecimiento por empezar con las misas virtuales. En la imagen 2, sacada de la publicación del 26 de abril donde habla sobre la muerte, sus seguidores le siguen dando

⁶⁷ Entrevista con el Padre Joaquín, propietario de la cuenta @joaquincomp, el día 5 de abril de 2021.

las gracias por la Eucaristía después de casi 15 días de haber empezado. En la imagen 3, sacada de la publicación del 29 de abril donde celebraba haber alcanzado los 30 mil seguidores, los comentarios llegan incluso de otros países como Argentina.

<p> marlensantos81 Como se llama@la canción que has puesto Padre Joaquin 🙏</p> <p>60 sem Responder</p>	<p> torresmendiola07 Padre, no sabes cómo transmites a Jesús... Gracias por estos textos, las pelis, la música que compartes. Gracias por la fuerza de tu Fé 🙏🙏🙏😊</p> <p>54 sem 3 Me gusta Responder</p>
<p> anacarrascoespejo Gracias Joaquín 🙏🙏</p> <p>60 sem Responder</p>	<p> segorbeconde Hoy ha sido la primera vez q me he conectado a su Misa y debo decir q la he vivido como si estuviera en su parroquia. Y la chica q ha cantado una pasada! Millones de gracias Padre!!</p>
<p> jimenasogo Gracias Padre!!!! Es muy reconfortante!!!</p> <p>60 sem 1 Me gusta Responder</p>	
<p> arturovilla_ Y se puede hacer la confesión por mensaje directo? 😂</p> <p>60 sem Responder</p>	

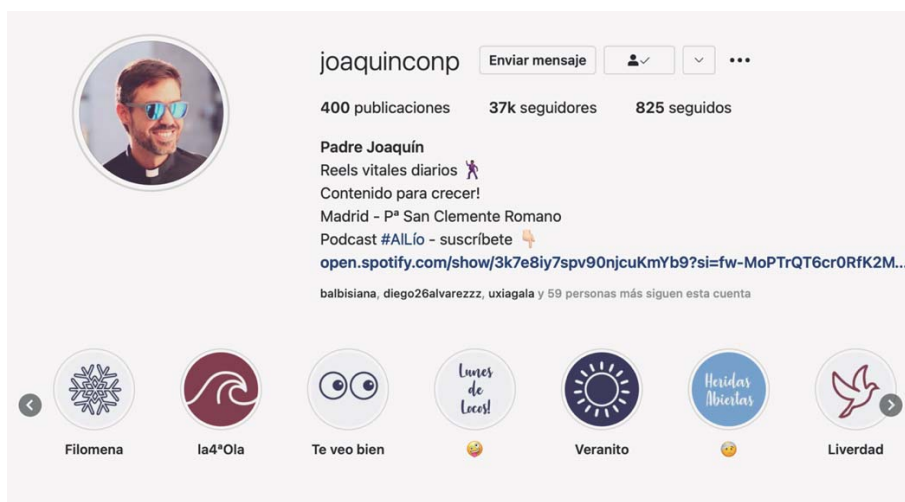
1. Publicación del 15 de marzo. Fuente: Instagram.

2. Publicación del 26 de abril. Fuente: Instagram.

<p> clauraquellopez GRACIAS !! DESDE ARGENTINA !! 🇦🇷</p> <p>53 sem 1 Me gusta Responder</p>	<p> maemiaa Ok ✨✨😊</p> <p>53 sem 1 Me gusta Responder</p>
<p> noemim20 Gracias Padre por acercarnos a Dios en estos momentos y hacernos todo más llevadero 🙏🙏</p> <p>53 sem 3 Me gusta Responder</p>	
<p> laurandreagrandi Muchas gracias por estos días. Muchas gracias por ser instrumento. Rezo por vos! 🙏🙏</p>	

3. Publicación del 29 de abril. Fuente: Instagram.

Durante el confinamiento y en la actualidad, el Padre Joaquín también se dedica a subir *stories* de Instagram. Tiene diversas “series” en las que trata distintos temas: el amor a distancia, cómo saber quién es la pareja indicada, oraciones para exámenes, heridas abiertas, etc. Durante la pandemia empezó una serie llamada “Liverdad” y la última serie que ha publicado se llama “Y cómo es él”.



Captura con las stories destacadas-1. Fuente: Instagram.



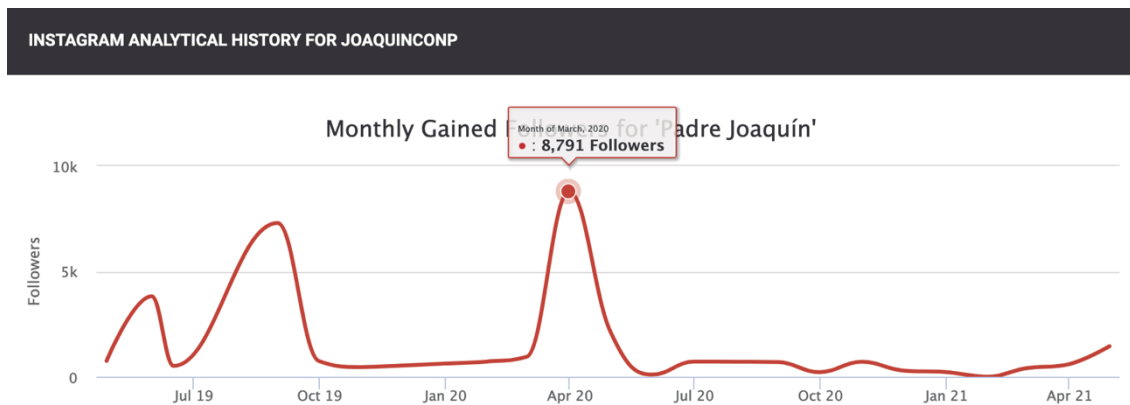
Captura con las stories destacadas-2. Fuente: Instagram.

El Padre Joaquín cuenta con 37 mil seguidores⁶⁸ en el perfil @joaquincomp. Entre sus seguidores, se encuentran personajes famosos o conocidos y cuentas relacionadas con su contenido: Mar Torres (@martorresss); Santiago Abascal (@santi_abascal); Tomás Páramo (@tomasparamos); Marta Pombo (@mpombor); EWTN (@ewtnespana);

⁶⁸ Cifra consultada a 1 de mayo de 2021.

(@copereligion), etc. Con esto vemos que su alcance y contenido abarca diversos perfiles: desde políticos hasta *influencers*.

Previamente se comentaba que la cuenta había crecido de manera progresiva y en el siguiente gráfico podemos ver el pico y el momento en el que aumentan sus seguidores (durante el confinamiento del 2020). En el mes de abril, su cuenta ganó 8,791 seguidores.



Estadística crecimiento de seguidores de @joaquincomp. Fuente: Social Blad (2021).

Esta subida de seguidores también supone un cambio en el tipo de perfil que le siguen. “En la pandemia el *target* se descuadra muchísimo porque todas las madres y abuelas se han metido en Instagram. Ahora estoy haciendo un esfuerzo por recuperar a un público joven”⁶⁹

La media de likes es de 2.644,7 y la media de comentarios es de 60,10⁷⁰. Las publicaciones que más likes tienen son publicaciones en las que aparece gente: “Esto no significa que sean las que más engagement generen. Las frases, por ejemplo, tienen menos likes, pero se comparte mucho más y se etiqueta a más gente. Esas generan un engagement que una foto con personas no va a generar”⁷¹.

En general, lo que podemos ver de esta cuenta es que el Padre Joaquín tiene su Instagram muy bien organizado. Las publicaciones del *feed* se centran en frases motivadoras o relacionadas con Dios, pero también sube fotografías de su día a día creando un perfil cercano. En el caso de los stories, sí se percibe que el contenido tiene una mirada más

⁶⁹ Entrevista con el Padre Joaquín, propietario de la cuenta @joaquincomp, el día 5 de abril de 2021.

⁷⁰ SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @joaquincomp*.

⁷¹ Entrevista con el Padre Joaquín, *op cit*.

profunda y de fe porque todo lo que publica lo relaciona con lo que es ser católico. En la storie destacada “Jesús Inspira”, por ejemplo, cuenta acciones concretas que realizó Jesús y cómo podemos trasladarlo a la actualidad. Todo esto lo hace en vídeos de 15 segundos, utilizando títulos que enganchan y gifs: lenguaje sencillo y claro. Esta cuenta está ayudando a formar y a ver la fe de una manera distinta. Además, el Padre Joaquín empezó un podcast para el que tiene ganas de más, el que quiere seguir formándose y desarrollando su fe.

4.2 Quique Mira

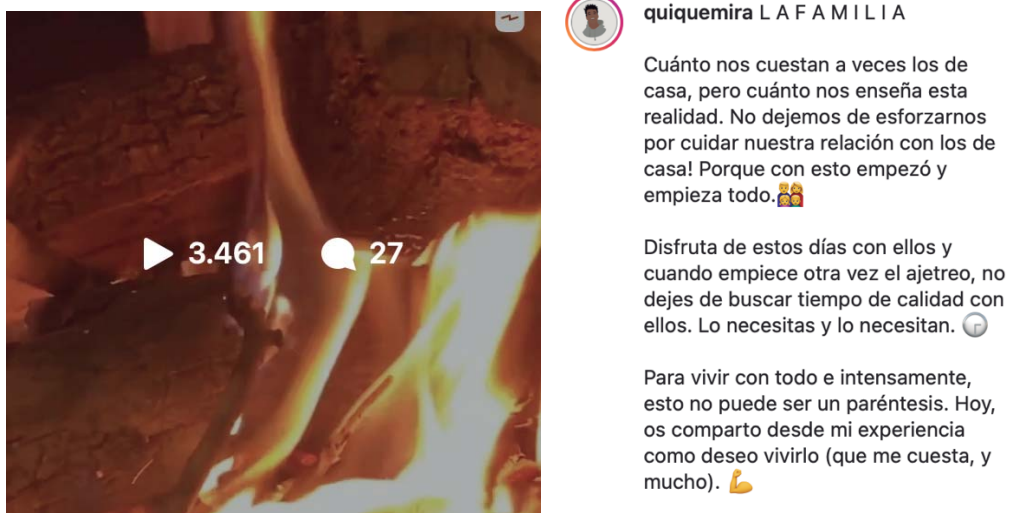
Para el análisis de esta cuenta, hemos podido entrevistar a Quique Mira vía telefónica. En esta entrevista nos cuenta que abrió su perfil de Instagram a raíz del confinamiento del año 2020. En ese momento le nace un deseo de compartir contenido de valor que se encuentra en la verdad para dar respuesta a la carencia de significado que ve en la sociedad y en su alrededor: “Estamos a mil cosas. Veo a mi alrededor que familia y amigos viven a medias y empiezo a pensar que sería bonito empezar a dar testimonio a otros”⁷². Desde entonces se ha dirigido a un público joven de entre 18 y 25 años de edad.

El crecimiento de su cuenta ha sido bastante rápido para el poco tiempo que lleva. En junio de 2020 subía contenido de vez en cuando, pero es en septiembre cuando se toma en serio su proyecto. De enero a principios de abril, Quique nota que la cantidad de seguidores sube considerablemente y teniendo en cuenta esto, analizaremos ese espacio temporal. Para ello, estudiaremos las publicaciones importantes que hace a través de Instagram TV (IGTV), frases y fotos. También, hablaremos de una forma más amplia y generalizada de otro tipo de contenido que sube y el impacto que tiene.

⁷² Entrevista con Quique Mira, propietario de la cuenta @quiquemira, el 22 de abril de 2021.

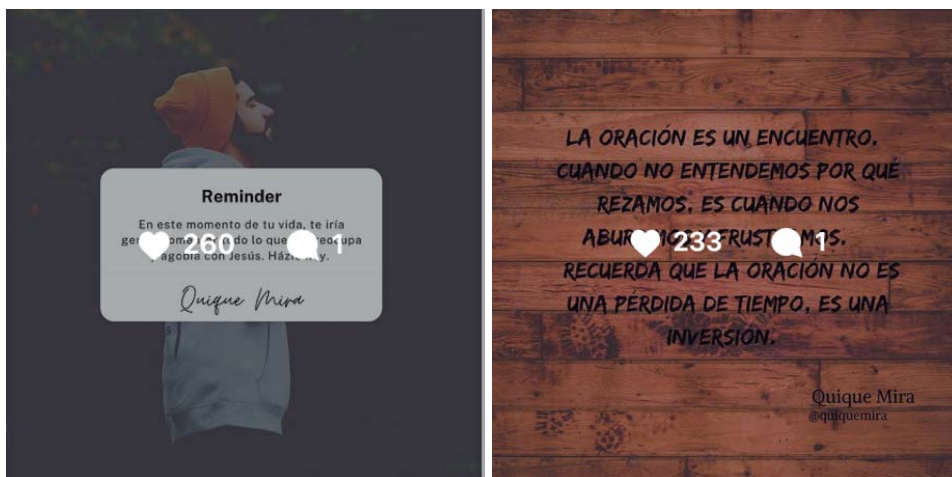


Fuente: Instagram.



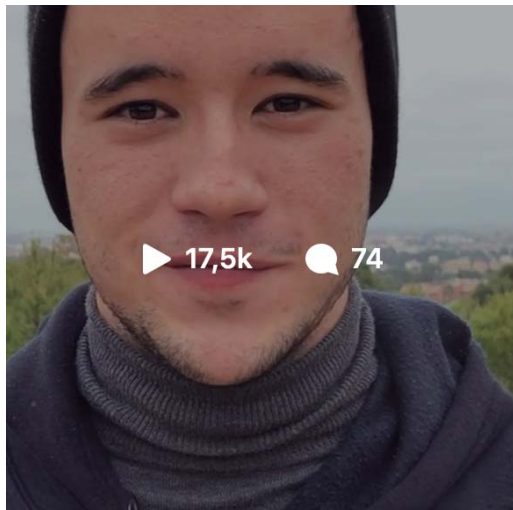
Fuente: Instagram.

El 5 de enero de 2021, Quique sube un IGTV en el que habla sobre la familia y cómo hay que cuidarla y disfrutarla. Este vídeo cuenta con 3.641 reproducciones, 27 comentarios y 350 likes.



Fuente: Instagram.

Tanto el 6 como el 9 de enero, publica fotografías con textos. Una de ellas es un “recordatorio” donde da consejos. Este tipo de publicación se sube hasta finales de febrero. La otra foto es un texto con una reflexión que hace Quique sobre un tema concreto, en este caso la oración. Estas publicaciones cuentan con más de 200 likes y 1 comentario.



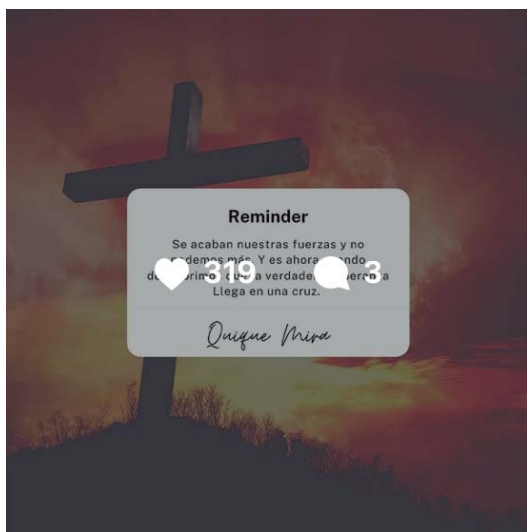
quiemira LO NECESITO.

Os comparto, desde mi experiencia, porque tomo la decisión de rezar todos los días. Un compromiso y una relación que me han cambiado la vida.

16 sem

Fuente: Instagram.

El 17 de enero, Quique vuelve a subir un IGTV donde explica por qué empieza a rezar todos los días y qué le aporta a él. Este vídeo cuenta con más de 17 mil reproducciones y 74 comentarios.



quiemira ⚠️

Y cuántas veces nos quedamos en nuestra comodidad, perdemos las ganas de buscar. Con la mirada perdida. Cansados, agobiados y sin fuerzas.

Es en ese momento, cuando surge la verdadera esperanza. Que viene a decirnos: “Si que puedes, levántate!”

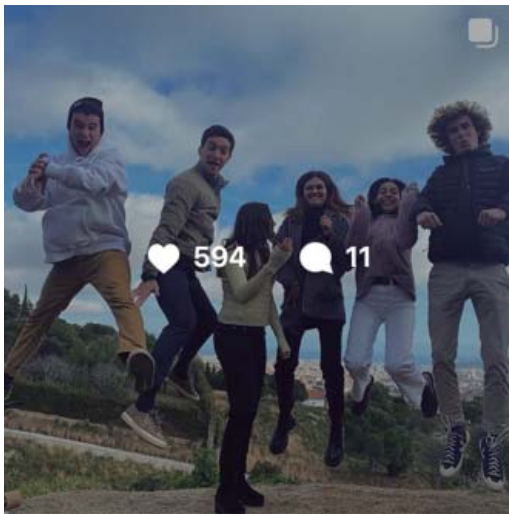
Pero es necesario que cada uno haga esta experiencia de manera personal, no se vale escucharlo de otros.

Y tu, ¿también te has sentido así en algún momento?

A tope!

Fuente: Instagram.

El 20 de enero vuelve a subir un recordatorio. Esta vez habla sobre la pérdida de fuerzas y ganas de buscar. Esta publicación cuenta con 319 likes y 3 comentarios.



Fuente: Instagram.



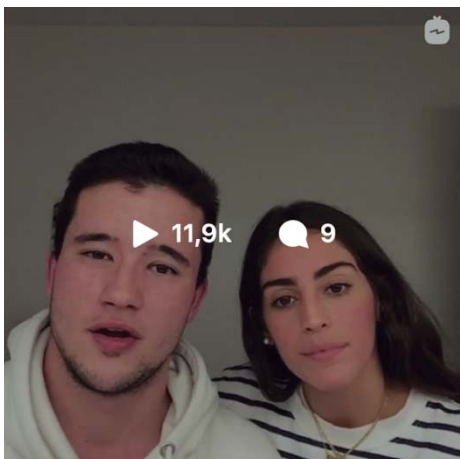
quiemira 🙌

Hoy hemos pasado un gran día.

Días como los de hoy me hacen ser consciente del regalo que son nuestros amigos, y lo necesarios que son en nuestra vida.

El 14 de febrero sube una serie de fotos con sus amigos y agradece tenerlos. Esta publicación cuenta con 594 likes y 11 comentarios.

El 24 de febrero Quique sube su último “recordatorio”. Esa publicación no viene con ningún pie de foto relevante, simplemente con un emoticono y cuenta con 487 likes y 4 comentarios.



Fuente: Instagram.



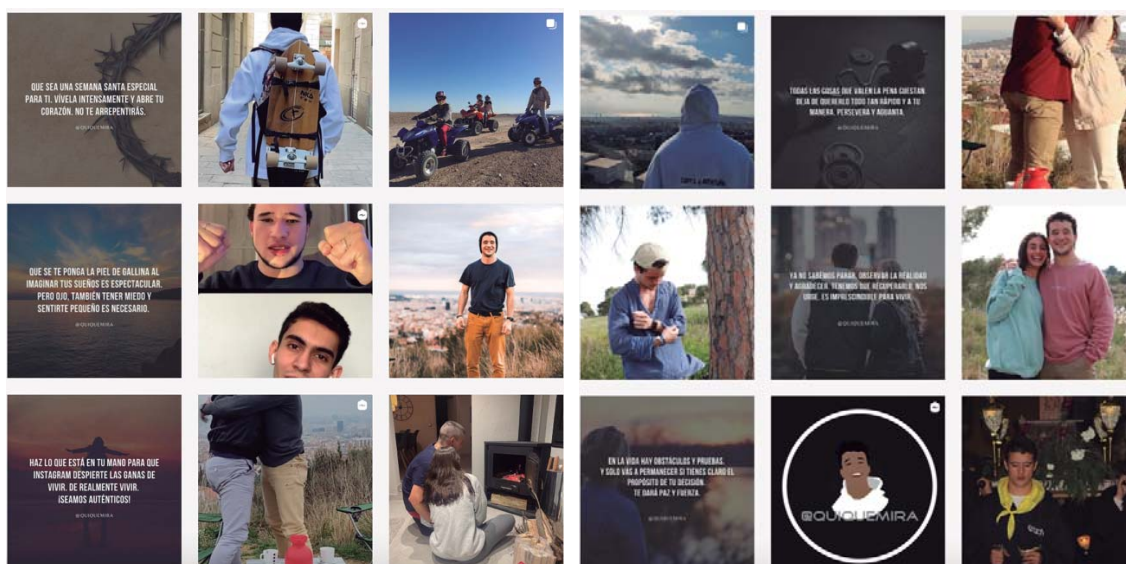
quiemira DIRECTO MERY & QUIQUE

Un rato de charlita!! Súper a gusto! Respondiendo preguntas varias sobre el noviazgo... desde nuestra experiencia! GRACIAS.

9 sem

El 7 de marzo sube un IGTV respondiendo a preguntas sobre el noviazgo. Este vídeo cuenta con 11,9 mil reproducciones, 9 comentarios y 736 likes.

A partir del 12 de marzo, Quique deja de publicar “recordatorios” y empieza a tener un orden más o menos estético en el *feed*. El día 4 de abril sube un IGTV donde habla sobre la Resurrección. Este vídeo se viraliza en la comunidad católica de Instagram y obtiene más de 48 mil reproducciones y 170 comentarios. Esto supone también un gran empujón en lo que se refiere a número de seguidores.



Feed del 12 al 31 de marzo. Fuente: Instagram.

Feed del 2 al 23 de abril. Fuente: Instagram.

En la actualidad, Quique Mira tiene un calendario de organización: “Los domingos es el día que me organizo la semana. Soy muy metódico y como estoy trabajando y estudiando, o me organizo o no llego. Los sábados preparo el vídeo del domingo, el tema de la semana y asigno lo que voy a subir cada día. Los martes y sábados sube *reels*; los miércoles, “preguntas y respuestas”; todos los domingos un vídeo IGTV de impacto y *stories* todos los días⁷³. Tiene *stories* destacadas en su perfil donde habla sobre la mirada, reflexiones, la *friendzone*, etc. Todo desde un punto de vista testimonial y católico. Además, cada semana tiene un tema fijo, pero eso no le impide subir *stories* de lo que vive cada día abriéndose a la realidad del momento.

El *feedback* o retroalimentación que recibe es bastante positivo: “En las redes, las respuestas y comentarios son muy positivos, gente que abre su corazón, te cuenta sus

⁷³ Entrevista con Quique Mira, propietario de la cuenta @quiquemira, el día 22 de abril de 2021.

problemas, sus movidas...”⁷⁴. Quique Mira explica que recibe dos tipos de mensajes privados: mensajes de agradecimiento y mensajes pidiendo consejos en un tema concreto.

En los vídeos, que es donde más comentarios recibe, podemos ver cómo sus seguidores agradecen el trabajo que hace. Algunos incluso (imagen 3) se dan cuenta del gran camino de evangelización que tienen que hacer los jóvenes en las redes.



1. Publicación del 7 de marzo. Fuente: Instagram.

2. Publicación del 5 de enero. Fuente: Instagram.



3. Publicación del 5 de enero. Fuente: Instagram.

Quique Mira cuenta con 10,7 mil seguidores⁷⁵ en el perfil de @quiquemira. Actualmente no tiene muchos seguidores de gran relevancia, aunque sí le sigue César Brandon Ndjocu Davies, un poeta y escritor de Guinea Ecuatorial asentado en España y que tiene 190 mil

⁷⁴ Entrevista con Quique Mira, *op cit.*

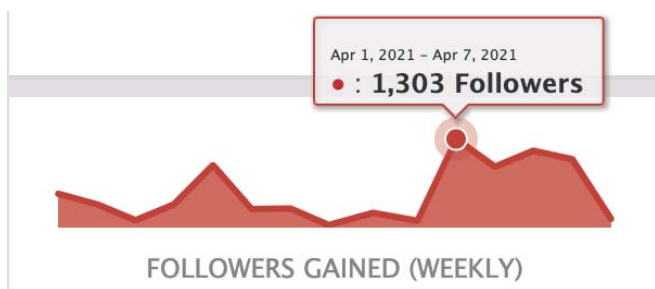
⁷⁵ Cifra consultada el 4 de mayo de 2021 en Instagram.

seguidores en su propia cuenta. En relación con su público, los usuarios que interactúan son muchos jóvenes: un 70% tienen entre 18 y 24 años y el 30% restante tiene entre 24 y 35 años.

En la siguiente imagen podemos observar las estadísticas de nuevos seguidores semana a semana, desde el 19 de enero al 5 de mayo.



Estadística crecimiento del 16 al 22 de febrero. Fuente: Social Blade (2021).



Estadística crecimiento del 1 al 7 de abril. Fuente: Social Blade (2021).

Los picos se pueden observar en la semana del 16 de febrero y en la semana del 1 de abril. Este segundo pico coincide con el primer vídeo IGTV más importante y con mayor alcance hasta el momento: más de 48 mil reproducciones. Esa semana gana 1.303 seguidores. En los últimos 30 días, el perfil ha ganado más de 2,500 seguidores⁷⁶. Quique Mira cuenta que el aumento de usuarios en su cuenta ha sido rápido: “En septiembre tenía 1.500 seguidores. Llegué a 4.000 en enero y ahora en abril tengo 10,000”⁷⁷. Para una cuenta de este tipo, estas cifras son buenas y son un reflejo de que se está haciendo un buen trabajo.

La media de likes es de 904,65 y la media de comentarios es de 5,90. El tipo de contenido que genera más interacción, likes y comentarios son los vídeos IGTV semanales. Es el

⁷⁶ SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @quiquemira*.

⁷⁷ Entrevista con Quique Mira, propietario de la cuenta @quiquemira, el día 22 de abril de 2021.

grueso de la cuenta @quiquemira. A pesar de que estos vídeos no tengan tanto alcance como los del Padre Joaquín, para el poco tiempo que lleva está bien y aunque las publicaciones no tengan demasiados comentarios, sus mensajes privados están llenos.

Esta cuenta sí sube mucho contenido relacionado directamente con Dios, la fe y el cristianismo en redes. Muchos de sus vídeos tanto los publicados en el feed, como las stories, hacen que el usuario reflexione o ayudan a entender los valores católicos.

4.3 Ana Bini

Para llevar a cabo el análisis de este perfil, hemos entrevistado a Ana Bini por teléfono. Ana explica que creó la cuenta @princespequitas en septiembre de 2012. En este perfil subía fotos con sus amigos, familia, viajes y con su novio Pepe. Durante casi 8 años utilizó su cuenta para el entretenimiento, pero es en el año 2020 cuando cambió su propósito. Ana comenta que buscaba cosas para ocupar su tiempo y durante el confinamiento le piden que de unos *tips* para otra cuenta católica: “A raíz de eso me empezó a escribir mucha gente sobre este tema. Hablé con Pepe porque los dos teníamos más tiempo y le propuse hacer unos vídeos para ayudar a la gente con este tema. En ese momento llevábamos 8 años saliendo y creía que podíamos ayudar a la gente desde nuestra experiencia”⁷⁸. A partir de ahí, el contenido cambia y Ana empieza a publicar *stories* donde cuenta cómo se conocieron, da consejos para un noviazgo sano, para llevar una relación a distancia, etc. El público al que se dirige es un público joven y que está en una relación: 18 a 24 años de edad.



Fuente: Instagram.

⁷⁸ Entrevista con Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas, el día 24 de marzo de 2021.

Su cuenta ha ido creciendo más despacio si tenemos en cuenta que lleva casi 10 años en Instagram. De hecho, no alcanza los 10 mil seguidores hasta finales de enero. Si acotamos el tiempo y lo reducimos al momento de empezar a subir contenido sobre el noviazgo, los datos numéricos sobre el crecimiento mejoran. Por eso, nuestro análisis se centra desde principios de mayo de 2020 hasta finales de abril de 2021.

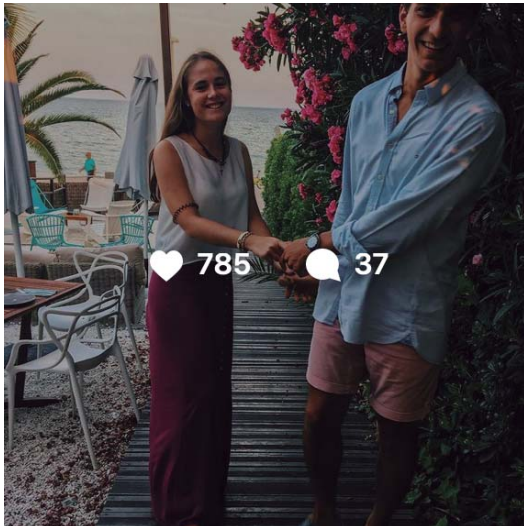


Estadísticas aumento de seguidores semanalmente. Fuente: Social Blade (2021).



Fuente: Instagram.

El 1 de mayo de 2020 suben un IGTV contando la historia de cómo se conocieron y empezaron a salir. Dentro de este vídeo hablan sobre los colegios religiosos a los que iban cada uno y de cómo viven su relación con Dios actualmente. Los hashtags describen el tema del vídeo. Este vídeo cuenta con 10,7 mil reproducciones, 20 comentarios y 505 likes.



Fuente: Instagram.

Después de darle algunas vueltas, hablándolo con Pepe, decidimos que para nosotros las etapas del amor eran **3** :

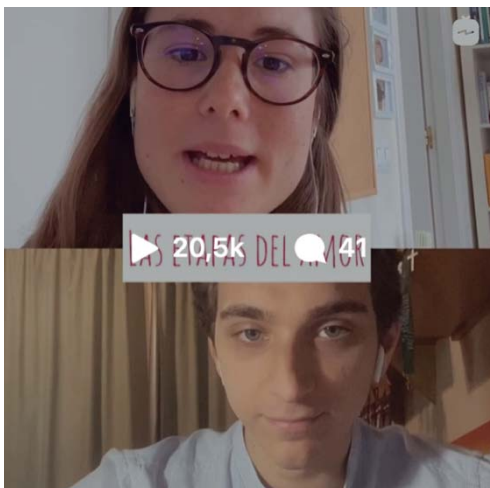
- 1** Atracción - Enamoramiento
- 2** Conocimiento
- 3** Voluntad - Amor

Profundizaremos más en ellas en el IGTV 📺 de este viernes sobre las etapas del amor, donde contestaremos también a todas vuestras preguntas **!?**.

El 11 de mayo, Ana publica una fotografía con Pepe. En la descripción adelanta el contenido de su próximo vídeo: las etapas del amor. Esta publicación cuenta con 785 likes y 37 comentarios.



princespequitas Las etapas del amor



Fuente: Instagram.

Esta semana hablamos de fases del amor. Nosotros hemos detectado tres en nuestro noviazgo:

- 1** Atracción-Enamoramiento
- 2** Conocimiento
- 3** Voluntad-Amor

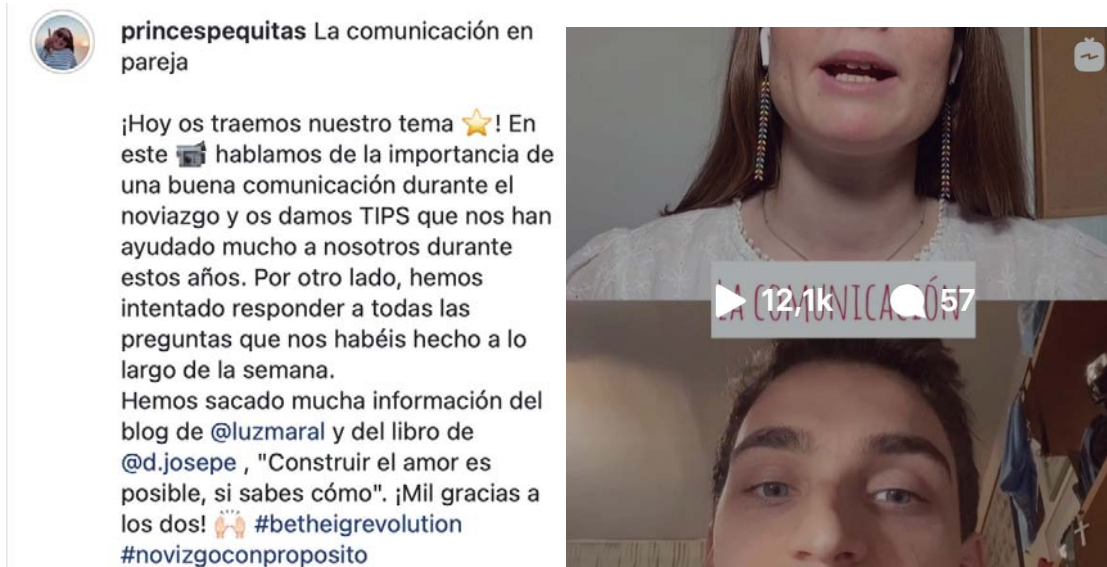
En el 📺 os explicamos nuestro punto de vista sobre cada una y qué características tiene, además de intentar responder a todas vuestras preguntas que nos habéis ido haciendo a lo largo de esta semana.

#betheigrevolution

#novizgoconproposito

#aprendiendojuntos #bettogether

El 15 de mayo de 2020, Ana publica el IGTV que comentaba en la anterior publicación. Vemos que adelantar el tema del siguiente vídeo ayuda a que tenga más reproducciones. Este IGTV cuenta con 20,5 reproducciones, 786 likes y 41 comentarios.



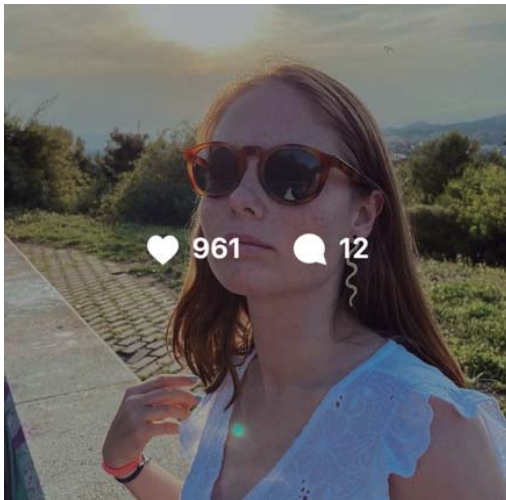
Fuente: Instagram.

El 22 de mayo, Ana Bini publica otro vídeo hablando sobre la comunicación en el noviazgo y su importancia para llevar una buena relación. Además, a partir de esta publicación comienza a responder a las preguntas de sus seguidores, algo que ayuda a la interacción. Este vídeo cuenta con más de 12 mil reproducciones, 654 likes y 57 comentarios.



Fuente: Instagram.

El 12 de junio de 2020, Ana y Pepe pueden reunirse y comienzan a hacer vídeos juntos. En esta ocasión tratan las inseguridades que puede tener uno mismo y cómo vivirlas en el noviazgo. Esta publicación cuenta con 18,9 mil reproducciones, 894 likes y 59 comentarios.



princespequitas Una buena puesta de sol y estos súper pendientes de @icospendientes 🙌 No necesito nada más.

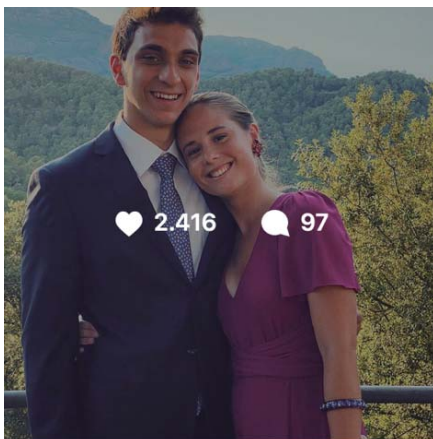
Soy una amante de las puestas de sol. Me parecen el momento perfecto para parar y reflexionar sobre lo que tienes. Valorar la vida. Quererla. ¿Qué paisaje te ayuda a ti a reflexionar y a valorar lo que tienes?

#betheigrevolution #aprendiendojuntos #noviazgo #pareja #amor #love #barcelona #picture #shotoniphone #pendientes #icospendientes #puetadesol

45 com

Fuente: Instagram.

El 25 de junio de 2020, @princespequitas sube una fotografía de ella misma. También invita a que los usuarios que le siguen, respondan a una pregunta. Esta fotografía solo cuenta con 961 *likes* y 12 comentarios.



princespequitas Siempre que voy a una boda no puedo evitar soñar y fantasear con que nos llegue a nosotros ese día.

No solo sueño con el día B (como suele llamar @luzmaral al día de la boda), no me mal interpretéis. Sueño con lo de después. Sueño con el inicio de la mayor aventura de nuestras vidas. Sueño con esa "locura" llamada compromiso. Pues así es como lo definió el sacerdote en la celebración y me pareció muy acertado.

45 com

Fuente: Instagram.

El 10 de agosto de 2020, Ana sube una fotografía con su novio Pepe y reflexiona sobre su futura boda. Esta publicación consigue 2.416 *likes* y 97 comentarios. Una cifra muy alta hasta el momento.



princespequitas Voluntad: decisión de amar

¡Hellow 🙋!

Arrancamos el curso hablando de uno de los temas más importantes para nosotros en el noviazgo: la voluntad.

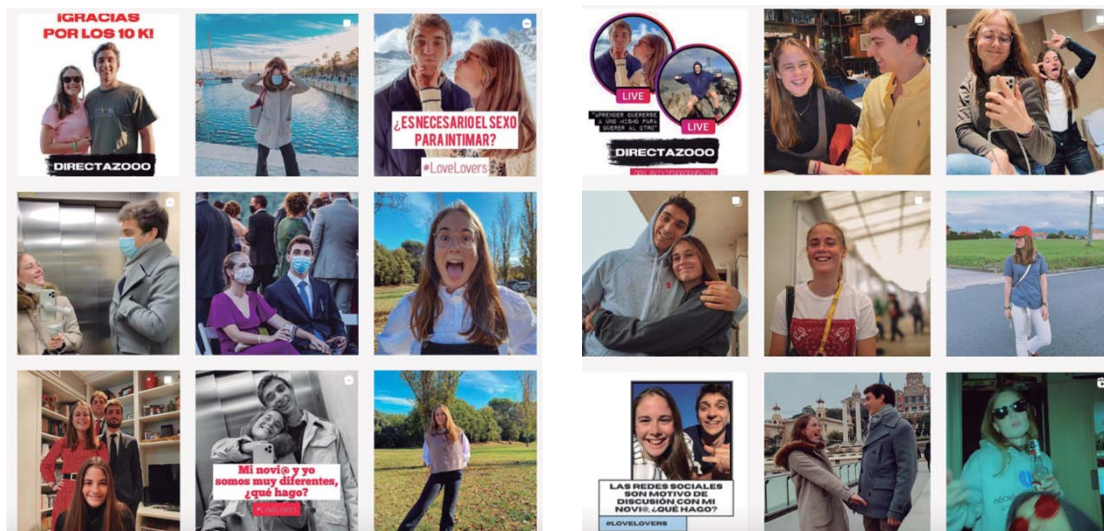
La voluntad es aquello que te permite amar al otro. Además, si siembras voluntad durante el noviazgo cosecharás ilusión. Muchísima. Y esa lucha juntos de querer quereros será lo que más os una.

En este IGTV 📺 os mostramos cómo vivimos nosotros la voluntad en el día a día:

Fuente: Instagram.

El 13 de septiembre de 2020, se publica este IGTV en la cuenta de @princespequitas. El tema es la voluntad y decisión de amar. Con esta publicación comienzan un “curso” para sus seguidores. El vídeo cuenta con 10,5 mil reproducciones, 1.038 likes y 59 comentarios.

En el mes de septiembre el *feed* de @princespequitas empieza a cambiar. Además de empezar un “curso” al que llama #LoveLovers, vemos que Ana comienza a compartir más fotografías naturales, sola o con Pepe. En cuanto a los vídeos sobre el noviazgo, cambia el diseño de la fuente y de las miniaturas.

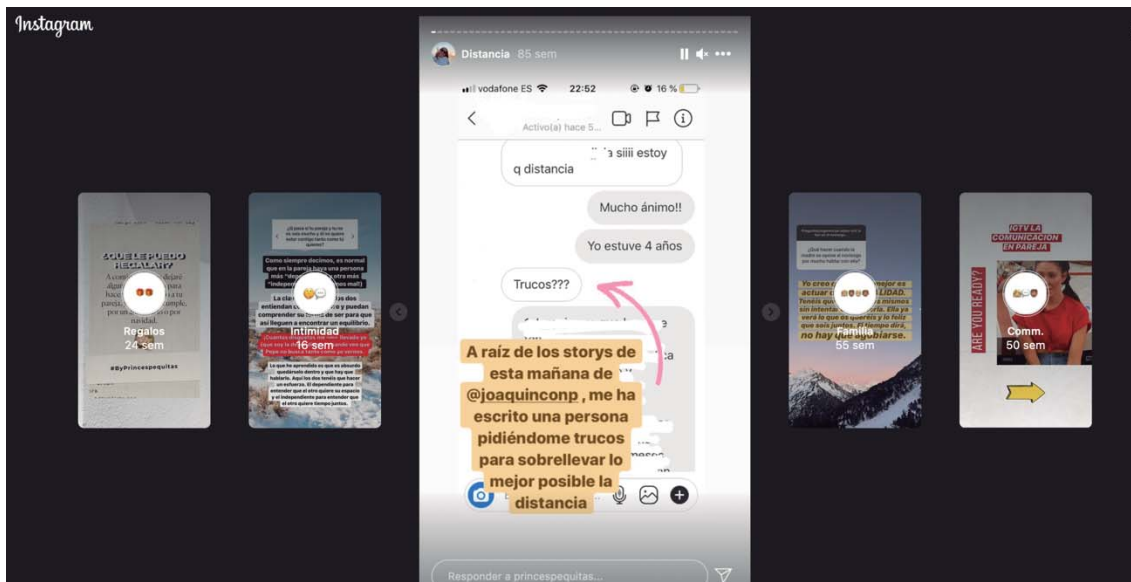


Publicaciones del 23 de noviembre al 5 de febrero y del 7 de febrero al 27 de marzo. Fuente: Instagram.



Publicaciones del 29 de marzo al 29 de abril. Fuente: Instagram.

Actualmente, Ana Bini tiene un calendario de organización⁷⁹. Lo que tienen establecido ahora es subir vídeos IGTV cada 3 semanas y tratando distintos temas. Una semana antes publica el tema del vídeo y aprovecha para poner una caja de preguntas en las stories y así responder después. Sube stories y publicaciones relacionadas con el vídeo, pero también deja hueco para fotos más naturales. En las stories destacadas guarda preguntas y consejos que da en relación con los vídeos que sube.



Fuente: Instagram.

⁷⁹ Entrevista con Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas, el día 24 de marzo de 2021.

El *feedback* que recibe esta cuenta es muy alto y positivo. Según Ana⁸⁰, la gente es muy agradecida: “Me escribe muchísima gente preguntando o contándome su situación.” La perseverancia y la constancia de esta cuenta ha creado un grupo de seguidores muy activos. Como ejemplos, la publicación sobre el sexo y la intimidad tiene comentarios muy positivos (imagen 1) y, en la publicación sobre las discusiones por RRSS, además de ver comentarios de agradecimiento por el contenido, también hay reconocimiento de que ese contenido puede servir a otro tipo de público (imagen 2).



1. Comentarios a la publicación del 17 de enero de 2021. Fuente: Instagram.



2. Comentarios a la publicación del 21 de febrero de 2021. Fuente: Instagram.

⁸⁰ Entrevista con Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas, el día 24 de marzo de 2021.

Ana Bini cuenta con 13 mil seguidores⁸¹ en el perfil de @princespequitas. Actualmente no cuenta con ningún seguidor de relevancia, pero entre sus seguidores se encuentra la gran comunidad católica de Instagram con cuentas como la del Padre Joaquín, Jóvenes Católicos (@catolicos_es) y Hakuna (@behakuna), organización católica privada. En relación con su público, los usuarios que interactúan en su cuenta son parejas jóvenes, pero también hay mujeres casadas que viven un matrimonio cristiano.

En la siguiente imagen podemos observar las estadísticas de nuevos seguidores semana a semana. La semana del 18 de enero y la semana del 13 de abril de 2021, @princespequitas consigue ganas más de mil seguidores. De media consigue 60 seguidores nuevos al día⁸².



Estadísticas seguidores. Fuente: Social Blade (2021).



Estadísticas seguidores. Fuente: Social Blade (2021).

La media de likes es de 2.171 y la media de comentarios es de 126,80.⁸³ Los vídeos IGTV son el tipo de contenido que más alcance e interacción recibe, pero también lo hacen las fotos esporádicas y las fotos en las que sale Pepe: “Yo puedo subir fotos con mi familia o amigas y si subo una de Pepe, a la gente le encanta”⁸⁴.

⁸¹ Cifra consultada el 6 de mayo de 2021 en Instagram.

⁸² SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @princespequitas*.

⁸³ SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @princespequitas*.

⁸⁴ Entrevista con Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas, el día 24 de marzo de 2021.

Esta cuenta no sube contenido hablando directamente sobre Dios. Su contenido se basa en el noviazgo, pero a través de esto habla de valores católicos que se pueden ver en una relación cristiana. Con este tema ha atraído a parejas jóvenes y se puede observar que a medida que pasan los meses, los *likes* y las interacciones aumentan porque Ana Bini responde a lo que le piden y, hay conversación entre ella y sus seguidores. Durante el último año ha participado en proyectos creados por otras cuentas católicas como el de “Batas de Colores”, ha aparecido en *Aleteia* con el titular: “La instagramer católica que cuenta su noviazgo”⁸⁵ y la página de *Jóvenes Católicos* publicó su primer vídeo en su página web. Este tipo de cuentas o medios son conscientes de que el contenido de Ana y Pepe sí transmite los valores católicos y hacen de altavoz para que más gente conozca su perfil. Recientemente y gracias a las buenas estadísticas que tiene, también ha creado una cuenta de YouTube con la que continúa con su proyecto y así se amplía a otras redes.

4.4 Joan Folch

Con el fin de realizar un análisis adecuado para este perfil, hemos entrevistado a Joan Folch a través de una llamada telefónica. Esta última cuenta supone un cambio con respecto a las cuentas analizadas anteriormente. Dado que este perfil está cerrado, el análisis no puede ser tan detallado como en los casos anteriores. Sin embargo, el alcance ha sido tal que es un ejemplo importante a tener en cuenta a la hora de confirmar el éxito que pueden tener este tipo de cuentas en Instagram.

En la entrevista, el joven de 21 años explica que empezó a publicar contenido sobre su fe durante la cuarentena de 2020. Además, cuenta que todo empezó con un vídeo en el que aparecían recuerdos con sus amigos, de fiesta, viajando, etc. Este vídeo se viralizó y algo que llamaba la atención de algunos fue que Folch comentara que echaba de menos comulgar todos los días. La gente le preguntaba por este tema y la cuenta @sentirledentro, le pidió que grabara un vídeo contando el papel de Dios en su vida⁸⁶. Este vídeo también tuvo éxito y a partir de ahí este joven manifiesta que se dio cuenta de que Instagram necesitaba algo más que la superficialidad que muestra habitualmente: “Los cristianos estamos en los cinco continentes, pero hay que estar en el sexto continente que son las

⁸⁵ “La instagramer católica que cuenta su noviazgo”. *Aleteia*. Disponible en: <https://es.aleteia.org/2020/07/23/la-instagramer-catolica-que-cuenta-su-noviazgo/> [Consulta: 6 de mayo de 2021]

⁸⁶ Entrevista con Joan Folch, propietario de la cuenta @jfolchh, el día 22 de abril de 2021.

redes sociales. Me di cuenta de que no había tantos *influencers* jóvenes o gente de referencia que mostrara abiertamente su fe”⁸⁷.

En mayo de ese año @jfolchh comienza a incrementar seguidores, sobre todo porque Jóvenes Católicos (@catolicos_es) le propone fichar por ellos para escribir artículos semanalmente: “Ahí fue el boom porque utilizaba un lenguaje sencillo. Si quieres llegar a gente que está más alejada de Dios no hay que utilizar un lenguaje difícil. Los jóvenes no aguantamos más de tres minutos leyendo algo”⁸⁸. La cuenta seguía creciendo poco a poco y de manera conjunta con otras cuentas que trataban el mismo tema y que habían nacido durante la pandemia.

En cuanto al tema de organización, Joan Folch cuenta que no tenía un patrón a la hora de publicar en el *feed*. Se centraba en las stories porque transmitía su día a día: “Cuando iba a publicar una historia, la guardaba y la subía a @jfolchhestudio, que no tiene ningún seguidor. Allí compruebo que el contenido no tenga ningún tipo de incoherencia y lo veo varias veces. Después de eso lo subo”⁸⁹. Esto lo hacía así para ir con cuidado, no cometer errores y no ofender a la gente que no comparte sus ideas: “En mi caso y en el de otras cuentas católicas, somos como la cara de la Iglesia en redes sociales. Estás hablando de parte de @jfolchh y de lo que hace un cristiano y, por lo tanto, lo que hace la Iglesia”⁹⁰.

Este perfil sí contaba con un calendario para los proyectos sociales: uno cada 6 meses. A pesar de esto, Folch realizó dos proyectos en menos de dos meses: “Amar sin medida” y “Batas de colores”

- **Amar sin medida.** Proyecto de octubre de 2020. Consistía en vender en 12 horas unas pulseras con el lema del proyecto. El dinero recaudado en cada hora iba destinado a una ONG con causas distintas: por la gente que quiere suicidarse, por los niños que van a ser abortados, etc. Este proyecto estaba formado por 15 cuentas incluida la de Folch, que lo dirigía.

⁸⁷ Entrevista con Joan Folch, *op cit.*

⁸⁸ Entrevista con Joan Folch, *op cit.*

⁸⁹ Entrevista con Joan Folch, *op cit.*

⁹⁰ Entrevista con Joan Folch, *op cit.*

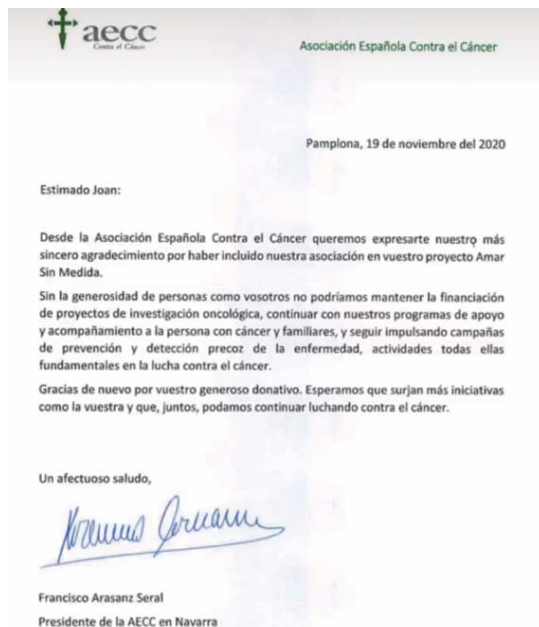
- **Obejtivo inicial:** 5.000 euros en 12 horas.
- **Recaudación conseguida:** más de 9.000 euros en 12 horas.



Publicación sobre el proyecto. Fuente: Instagram.

Además de esta publicación, @jfolchh subió stories durante las doce horas para anunciar la ONG correspondiente.

El presidente de la AECC en Navarra envió una carta a Joan agradeciendo su labor y su donativo.



Carta del Presidente de la AECC de Navarra. Fuente: Instagram.

- **Batas de colores. Proyecto de diciembre de 2020.** Nace a raíz de una llamada que Joan Folch recibió por parte de un amigo. Quería que los niños con cáncer que están en los hospitales tuvieran una buena Navidad y recibieran regalos. En diciembre inician un crowdfunding en la página GoFundMe.
 - **Objetivo inicial:** 5.000 euros en 72 horas.
 - **Recaudación conseguida:** más de 17.000 euros en 72 horas.



**HEMOS LLEGADO A LOS
15.000€!!!!**

ESTA NAVIDAD, SOÑAMOS CON
ELLOS!!!!

ESTA TARDE HE RECIBIDO UNA LLAMADA

CÁNCER INFANTIL: LA VAMOS A LIAR.

stay tuned
SMTH COMING SOON 🙏



Stories sobre el proyecto. Fuente: Instagram.

La Clínica de Navarra agradece la idea “Batas de colores” en otras redes sociales como *Twitter*. Además, cuenta con el apoyo de personas que comparten el proyecto en sus perfiles: cantantes como Álvaro Soler (@alvarosolermusic), el cual cuenta con 1 millón de seguidores⁹¹ e *influencers* como Tomás Páramo (@tomasparamo). El alcance de este proyecto llega a los diarios *Noticias de Navarra*, *Pamplona Actual*, *Diario de Navarra* y *Navarra Televisión*.

Durante los meses de actividad y según Joan Folch⁹², las publicaciones generaron más interacción y engagement que una historia. La media de likes fue de 1.309,60 y la media

⁹¹ Entrevista con Joan Folch, propietario de la cuenta @jfolchh, el día 22 de abril de 2021.

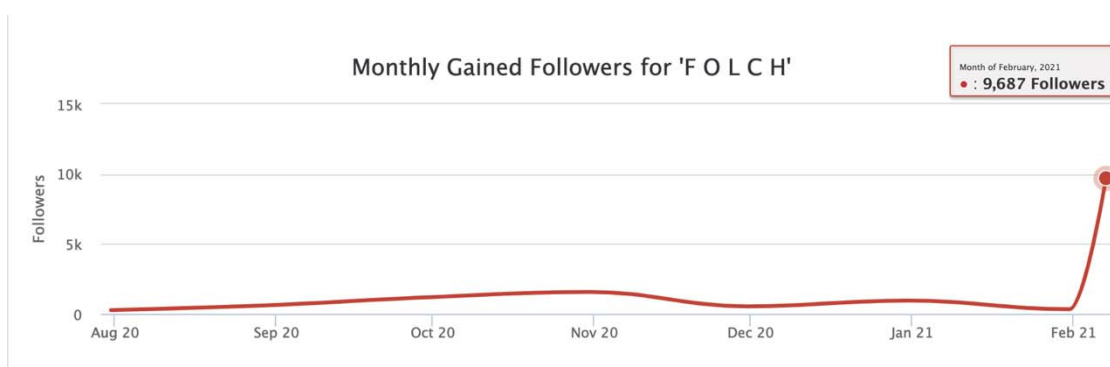
⁹² Entrevista con Joan Folch, *op cit.*

de comentarios de 42,40⁹³. Cuando decide cerrar la cuenta y lo anuncia entre el 5 y 7 de febrero, el perfil consigue 3.000 seguidores aproximadamente durante esos tres días.

INSTAGRAM STATS SUMMARY / USER STATISTICS FOR JFOLCHH (2021-02-03 - 2021-04-19)							
DATE		FOLLOWERS		FOLLOWING		MEDIA	
2021-02-03	Wed	–	9,369	–	1,445	–	39
2021-02-04	Thu	+12	9,381	–	1,445	–	39
2021-02-05	Fri	+3,883	13,264	+2	1,447	+1	40
2021-02-06	Sat	+3,158	16,422	+3	1,450	–	40
2021-02-07	Sun	+2,597	19,019	+6	1,456	+1	41

Tabla con el número de seguidores ganados del 3 al 7 de febrero. Fuente: Social Blade (2021).

En el siguiente gráfico podemos ver cómo en el mes de febrero (contando solo 7 días) consiguió más de 9.000 seguidores:



Estadísticas con los seguidores ganados mensualmente. Fuente: Social Blade (2021).

A medida que va creciendo, las interacciones también crecen. Hay muchísimos comentarios positivos, pero también empiezan a salir *haters* y comentarios negativos: “Cada uno tiene sus creencias, pero creo y considero que hay una cosa que es primordial: saber que detrás de cada cuenta hay personas normales”⁹⁴.

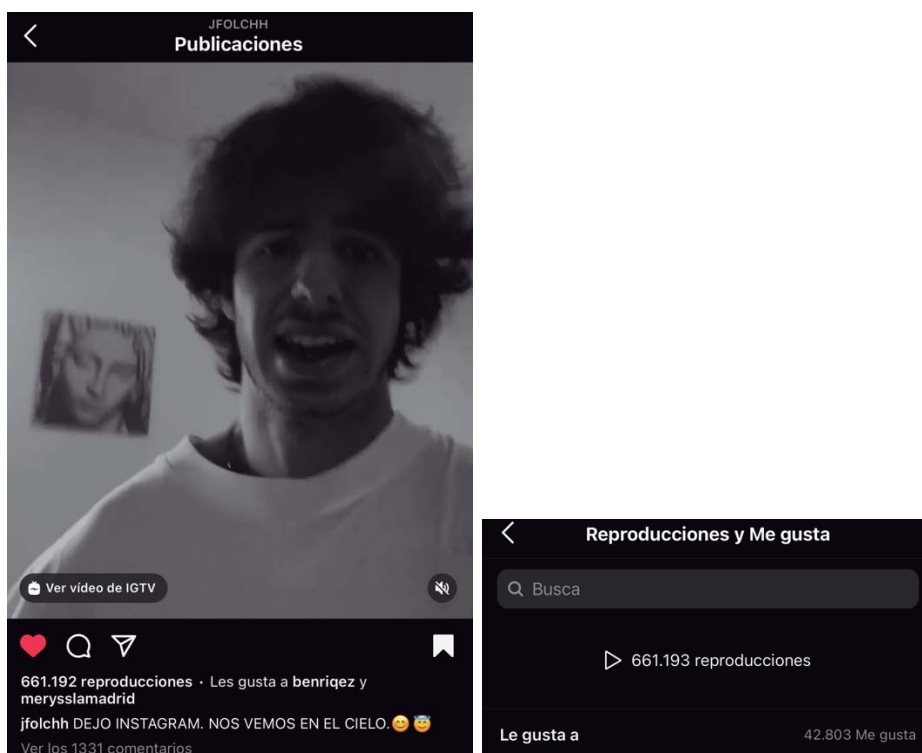
A pesar de ello, Joan Folch recomienda tener mucha fortaleza porque estar expuesto en redes, también tiene su cara oculta.

El 5 y 7 de febrero sube dos vídeos: en el primero anuncia el cierre despidiéndose de Instagram y en el segundo publica un IGTV con un último directo. En las siguientes imágenes podemos ver cómo el vídeo titulado “DEJO INSTAGRAM. NOS VEMOS EN EL CIELO” alcanza 661.192 reproducciones, 1331 comentarios y 42.803 *likes*. Además,

⁹³ SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @jfolchh*.

⁹⁴ Entrevista con Joan Folch, propietario de la cuenta @jfolchh, el día 22 de abril de 2021.

entre los comentarios destacados está el del *influencer* Tomás Páramo y Hakuna, la organización privada de fieles aprobada por el Cardenal Arzobispo de Madrid⁹⁵.



Fuente: Instagram.

Tras su despedida y antes del cierre definitivo la noche del 7 de febrero, el perfil @jfolchh contaba con 19,1 mil seguidores.



Fuente: Instagram.

Con todo lo expuesto anteriormente, podemos observar que esta es una de las cuentas con mayor impacto en jóvenes. La mayoría de sus seguidores son jóvenes cristianos, aunque

⁹⁵ “¿Qué es Hakuna?”. *Be Hakuna*. Disponible en: <https://behakuna.com/pages/hakuna> [Consulta: 10 de mayo de 2021]

también le siguen personas que no están tan cerca de Dios, pero la cuenta de @jfolchh les ha hecho plantearse preguntas. El alcance de este perfil ha sido muy grande: *influencers*, cantantes, ONG's... Todas estas figuras han compartido o interactuado en algún momento con las publicaciones de Folch.

Hemos visto que las publicaciones de sus proyectos conseguían una media de mil likes y las reproducciones se situaban entorno a los 20-30 mil, como en las otras cuentas analizadas. La evolución, impacto y alcance desde que empezó hasta ese último vídeo es grande: más de medio millón de reproducciones en su despedida. Con esto generó titulares en medios católicos como *Ecclesia*: “Joan Folch, «influencer católico», deja Instagram «para poner a Dios en el centro de su vida»”⁹⁶. Estas cifras y la cantidad de comentarios recibidos demuestran que la comunicación de la fe católica encaja en las redes sociales y puede mover a más gente de la que creemos.

⁹⁶ “Joan Folch, «influencer católico», deja Instagram «para poner a Dios en el centro de su vida»”. *Revista Ecclesia*. Disponible en: <https://www.revistaecclesia.com/joan-folch-influencer-catolico-deja-instagram-para-poner-a-dios-en-el-centro-de-su-vida/> [Consulta 11 de mayo de 2021]

4.5 DAFO general

En este apartado incluimos un DAFO para finalizar con el análisis de las cuatro cuentas elegidas y valorar de manera general, los aspectos de este tipo de perfiles en Instagram. No todo lo que aparece se aplica a todas las cuentas individualmente, pero es importante que se mencionen para tener una visión general de lo positivo y negativo del conjunto de perfiles.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Mucho margen de tiempo entre publicación y publicación en el <i>feed</i> (solo en algunas cuentas)- Demasiadas <i>stories</i> en un solo día.	<ul style="list-style-type: none">- Comentarios negativos o cuentas falsas que susciten problemas o desmotiven al propietario de la cuenta.- Las estadísticas de Instagram como factor obsesivo que conducen a ver la cuenta como un perfil empresarial.- Errores en el contenido que pueden llevar a confundir lo que representa el cristianismo.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Creatividad- Lenguaje sencillo, claro y adaptado a las redes (usando <i>hashtags</i>, publicando <i>reels</i> y <i>stories</i>, etc.)- Perfiles que conocen el mundo digital y aprovechan todas las herramientas de Instagram.	<ul style="list-style-type: none">- Establecer una comunidad católica dentro de Instagram.- Acercar el Evangelio y compartir la fe a través del testimonio.- Alcanzar un público más variado al presentar contenido aplicable al día a día.

Fuente: Elaboración propia

5. Conclusión

Tras haber realizado una investigación sobre la evolución de la comunicación en la Iglesia, un análisis de las cuentas del padre Joaquín, Ana Bini, Quique Mira y Joan Folch y, de haber aplicado los conocimientos adquiridos en la Universidad Francisco de Vitoria en cuanto a materia de redes sociales, podemos concluir lo siguiente:

- La Iglesia sí ha mejorado su comunicación, sobre todo desde la llegada del Papa Juan Pablo II. Hemos visto que en los últimos 30 años han incorporado su propia web, un boletín digital, cuenta del Papa en Twitter e Instagram y un medio de comunicación del Vaticano. El problema está en que todavía hay un gran camino por recorrer en el mundo de las redes sociales. Las cuentas oficiales son paneles informativos sin fondo. A través de este trabajo, hemos descubierto que, aunque la Iglesia no sea una experta en este ámbito, los laicos que la conforman se han convertido en el altavoz de la Palabra y, por lo tanto, de la fe.
- Ha habido un crecimiento de cuentas católicas en los últimos años, pero podemos afirmar que la pandemia ha sido un momento clave de auge para estas cuentas. Con motivo del confinamiento y debido a la difícil situación vivida, muchos jóvenes han comenzado a compartir su fe abiertamente.
- Instagram y otras redes sociales son una realidad donde está creciendo la sociedad y hacia donde va en todos los ámbitos. Por esta razón, transmitir la fe y comunicar el Evangelio a través de Instagram es algo obligatorio. Es importante señalar que Instagram sí es un medio efectivo para transmitir la fe porque esta plataforma no tiene límites con la infinidad de formatos que ofrece a la hora de publicar contenido. Estas cuentas católicas, al igual que cualquier otro tipo de cuenta, pueden subir un texto, una fotografía, un vídeo largo o un vídeo corto. Gracias a las posibilidades que ofrece Instagram y al conocimiento digital de estas cuentas, observamos que el mundo católico encaja en las redes, aunque sea a través de jóvenes, sacerdotes y familias creyentes. Además, también verificamos todo esto con las estadísticas y datos analizados. A través de esta red y de las cuentas católicas, se llega a muchos usuarios y eso se aprecia en la cantidad de

interacciones, *likes*, reproducciones y cuentas que les siguen, desde políticos hasta cantantes.

- La parte creativa es un aspecto esencial cuando estas cuentas quieren subir algo relacionado con el Evangelio. Al final, cualquiera tiene acceso a los textos bíblicos o a los valores cristianos. Por eso es importante buscar la forma de transmitir el mensaje para que cale en los usuarios y estas cuentas cumplen con la función de creatividad.
- La efectividad en sus “estrategias” está en la naturalidad de sus publicaciones, pero no se olvidan de la parte creativa y del lenguaje sencillo. En las cuentas católicas, ya sean de un sacerdote o de un joven, prima el día a día. El mundo de Instagram es muy superficial y surrealista. Lo que se suele ver es un contenido vacío de significado. Entonces el reto de estos nuevos *influencers* católicos es ocupar una parte de Instagram, hacer notar su presencia y darle a esta plataforma algo de significado. Estas cuentas enseñan lo que sus seguidores necesitan ver interactuando y manteniendo una conversación con ellos. Esto se aprecia en la cantidad de mensajes y comentarios que reciben, donde intentan leer y responder a todos. Algo que puede complicarse cuando cuenten con muchos más seguidores, pero que ahora ayuda a crear una buena relación. También la clave está en el testimonio y en transmitir algo que se vive de verdad. Es en ese momento cuando despiertan en los demás un deseo por conocer qué o quién les hace vivir una vida plena.
- Las propuestas y proyectos solidarios que realizan son muy bien acogidos por parte de sus seguidores. Consiguen sus objetivos e incluso los superan con cifras inesperadas. Obtener miles de euros a través de donaciones no es una tarea sencilla. Observamos que estas cuentas cogen el mensaje evangélico, lo transforman o adaptan y consiguen que llegue a los demás. En este caso concreto, podemos verlo en la siguiente cita bíblica: “Todo cuanto queráis que os hagan los hombres, así también haced vosotros con ellos, porque esta es la ley y los profetas” (Mt 7:12). Estos perfiles transfieren este tipo de mensajes de manera indirecta y logran respuestas como las que se generan en las donaciones solidarias.

Sería muy extenuante analizar en detalle todas las cuentas de perfil católico que existen, que han surgido de la pandemia, que sirven como ejemplo para apoyarse en Dios en momentos difíciles, etc. pero podemos mencionar cuentas que han tenido relevancia en distintos aspectos. En el ámbito sacerdotal hay cuentas que destacan por su cercanía como @rodolfoandreslonodo o @padregaxiola; como ejemplo de superación, @luciacapape; como referencia familiar, @papaymas, etc. Estos perfiles no están incluidos en el trabajo porque las cuatro cuentas elegidas ya representaban alguno de estos aspectos. Considero que todo lo incluido y analizado es importante porque con ello se abarca el propósito de esta investigación. Además, va unido a la misión que la Universidad Francisco de Vitoria, donde yo me he formado estos cuatro años, tiene en cada una de sus aulas, independientemente de la rama de estudio, pero que es muy útil para la comunicación: “La Universidad Francisco de Vitoria tiene como misión construir una comunidad universitaria de personas que buscan la verdad y el bien, y que, por su formación y liderazgo, promuevan la transformación cristiana de la sociedad y la cultura”⁹⁷.

⁹⁷ “Misión, normativa e información general” (2020, 8 julio). *UFV*. Disponible en: <https://www.ufv.es/la-universidad/sobre-ufv/transparencia/mision/> [Consulta: 20 de febrero de 2021]

6. Bibliografía

“¿Sabías que los misioneros y misioneras españoles están presentes en 135 países?”. *Cope*. Disponible en: https://www.cope.es/religion/hoy-en-dia/iglesia-espanola/gente-con-fe/noticias/sabias-que-los-misioneros-misioneras-espanoles-estan-presentes-135-paises-20201016_946762 [Consulta: 5 de marzo de 2021].

“¿Qué es el Centro Televisivo Vaticano?” *Catholic.net*. Disponible en: <https://es.catholic.net/op/articulos/25019/cat/152/que-es-el-centro-televisivo-vaticano.html#modal> [Consulta: 16 de febrero de 2021].

“¿Quiénes Somos?”. *CatholicLink*. Disponible en: <https://catholic-link.com/quienes-somos/> [Consulta: 9 de marzo de 2021].

“¿Qué es Hakuna?”. *Be Hakuna*. Disponible en: <https://behakuna.com/pages/hakuna> [Consulta: 10 de mayo de 2021].

“23 Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales en 2021”. *NeoAttack*. Disponible en: <https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/> [Consulta: 2 de marzo de 2021]-

“44 Ventajas y desventajas de las redes sociales”. *Nagore García Sanz*. Disponible en: <https://nagoregarciasanz.com/ventajas-desventajas-redes-sociales/> [Consulta: 2 de marzo de 2021].

“Biografía de Juan Pablo II”. *ACI Prensa*. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/juanpabloii/biograf.htm>. [Consulta: 5 febrero 2021].

“Catholic Link y el reto de difundir la verdad en internet”. *Aciprensa*. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/noticias/catholic-link-y-el-reto-de-difundir-la-verdad-en-internet> [Consulta: 9 de marzo de 2021].

“Carlo Acutis, el adolescente «genio de la informática» que podría ser el primer santo millennial”. *CNN*. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/10/14/carlo-acutis->

[el-adolescente-genio-de-la-informatica-que-podria-ser-el-primer-santo-millennial/](#)

[Consulta: 7 de marzo de 2021].

“Carlo Acutis, la historia del adolescente que se convirtió en beato”. *Milenio*. Disponible en: <https://www.milenio.com/cultura/carlo-acutis-la-historia-del-beato-adolescente>

[Consulta: 7 de marzo de 2021].

“Carta Apostólica El rápido desarrollo del Sumo Pontífice Juan Pablo II a los responsables de las comunicaciones sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_letters/2005.index.html [Consulta: 20 de febrero de 2021].

“Communio Et Progressio”. *Catholic.net*. Disponible en: <https://es.catholic.net/op/articulos/6534/cat/159/communio-et-progressio.html#modal>

[Consulta 23 de mayo de 2021]

“Decreto Inter Mirifica sobre los medios de comunicación social”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html [Consulta: 20 de febrero de 2021].

“Definición de Misionero”. *Definición ABC*. Disponible en: <https://www.scribbr.es/detector-de-plagio/generador-apa/new/webpage/> [Consulta: 23 de mayo de 2021]

“Dicasterio para la Comunicación”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/roman_curia/segreteria/segreteria-comunicazione/documents/segreteria-per-comunicazione_profilo_sp.html [Consulta: 21 de febrero de 2021].

“Día de las Comunicaciones Sociales: «Fructificad el talento de comunicar para hacer de la comunicación un instrumento que tienda puentes y sirva para unir y compartir la belleza de ser hermanos en un tiempo marcado por contrastes y divisiones»”. *El Rotativo*. Disponible en: <https://medios.uchceu.es/elrotativo/2020/05/24/dia-de-las-comunicaciones-sociales-fructificad-el-talento-de-comunicar-para-hacer-de-la->

[comunicacion-un-instrumento-que-tienda-puentes-y-sirva-para-unir-y-compartir-la-belleza-de-ser-hermanos-en-un/](#) [Consulta 18 de febrero de 2021].

“Discurso del Santo Padre al Capítulo General de la Sociedad de San Pablo”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/speeches/2004/may/documents/hf_jp-ii_spe_20040513_society-st-paul.html [Consulta: 12 de febrero de 2021].

“Discurso del Santo Padre Juan Pablo II al Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/speeches/2002/march/documents/hf_jp-ii_spe_20020301_pccs.htm [Consulta: 19 de febrero de 2021].

“El Concilio Vaticano II” *La Vanguardia*. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20170712/47314241586/el-concilio-vaticano-ii.html> [Consulta: 17 de febrero de 2021].

“El Papa Benedicto XVI envía su primer tuit: «Os bendigo a todos de corazón»”. *CNN*. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2012/12/12/el-papa-benedicto-xvi-envia-su-primer-tuit-os-bendigo-a-todos-de-corazon/> [Consulta: 20 de febrero de 2021].

“El Papa habla del Beato Carlo Acutis: Fue un «enamorado de la Eucaristía»”. *Aciprensa*. Disponible en: <https://www.aciprensa.com/noticias/papa-francisco-destaca-el-testimonio-del-beato-carlo-acutis-48166> [Consulta: 8 de marzo de 2021].

“Estas son las provincias que pasan el lunes a la fase 1”. *La Voz de Galicia*. Disponible en: <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/sociedad/2020/05/08/provincias-pasan-lunes-fase-1/00031588958472971948163.htm> [Consulta: 12 de abril de 2021].

“Evolución del marketing en redes sociales y la transformación del marketing digital”. *Brandmanic*. Disponible en: <https://www.brandmanic.com/marketing-en-redes-sociales-evolucion/> [Consulta: 2 de marzo de 2021].

“Joan Folch, «influencer católico», deja Instagram «para poner a Dios en el centro de su vida»”. *Revista Ecclesia*. Disponible en: <https://www.revistaecclesia.com/joan-folch-influencer-catolico-deja-instagram-para-poner-a-dios-en-el-centro-de-su-vida/> [Consulta 11 de mayo de 2021].

“La importancia de tener un feed bien cuidado en redes sociales”. *Axioma&Co*. Disponible en: <https://www.scribbr.es/detector-de-plagio/generador-apa/new/webpage/> [Consulta: 1 de abril de 2021].

“La instagramer católica que cuenta su noviazgo”. *Aleteia*. Disponible en: <https://es.aleteia.org/2020/07/23/la-instagramer-catolica-que-cuenta-su-noviazgo/> [Consulta: 6 de mayo de 2021].

“Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_01051980_world-communications-day.html [Consulta: 18 de febrero de 2021].

“Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLVII Jornada de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html [Consulta: 21 de febrero de 2021].

“Mensaje del Santo Padre Juan Pablo II para la XXXI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011997_world-communications-day.html [Consulta: 19 de febrero de 2021].

“Misión, normativa e información general” (2020, 8 julio). *UFV*. Disponible en: <https://www.ufv.es/la-universidad/sobre-ufv/transparencia/mision/> [Consulta: 20 de febrero de 2021].

“PONTIFICIUM OPUS A SANCTA INFANTIA. La Misión de la Iglesia y nuestra Misión-Fundamento Eclesiológico de la Misión”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cevang/p_missionary_works/infantia/documents/rc_ic_infantia_doc_20011109_esamp6_sp.html [Consulta: 15 de febrero de 2021].

“Sube ligeramente la cifra de muertos por Covid-19 en España: 440 fallecidos en las últimas 24 horas”. *El Mundo*. Disponible en: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/salud/2020/04/23/5ea15517fc6c8380548b45fb.html> [Consulta: 10 de abril de 2021].

ALBER, Thomas, *Carlo Acutis. Misionero en internet*, ADADP, 2021.

ARAGONÉS, Salvador, “¿Por qué el Concilio Vaticano II fue y es tan importante?”. *Aleteia*. Disponible en: <https://es.aleteia.org/2015/12/06/por-que-el-concilio-vaticano-ii-fue-y-es-tan-importante/> [Consulta: 17 de febrero de 2021].

Asociación de la Prensa de Madrid. *Informe Anual de la Profesión Periodística 2017*. Disponible en: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2018/10/APM-Informe-2017_baja.pdf [Consulta: 2 de marzo de 2021].

Cadwell, Z, 2018. “El día en que el Papa donó su tiara para dar de comer a los pobres”. *Aleteia*. Disponible en: <https://es.aleteia.org/2018/08/23/el-dia-en-que-el-papa-dono-su-tiara-para-dar-de-comer-a-los-pobres/> [Consulta: 12 febrero 2021].

Cartes Barroso, M. J, (2020). *La comunicación positiva en los medios desde la perspectiva de la Iglesia católica*. *Comunicación*, (36), 51 - 65. <https://doi.org/10.18566/comunica.n36.a04> [Consulta: 20 de febrero de 2021].

Entrevista con Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas, el día 24 de marzo de 2021.

Entrevista con Antonio Guzmán, seminarista y propietario de la cuenta @antonioguzmandi, el día 8 de abril de 2021.

Entrevista con Carolina de la Rosa, administradora de la cuenta @parroquiasangerman, el día 29 de marzo de 2021.

Entrevista con Joan Folch, propietario de la cuenta @jfolchh, el día 22 de abril de 2021.

Entrevista con el Padre Joaquín, sacerdote y propietario de la cuenta @joaquinconp, el día 5 de abril de 2021.

Entrevista con Pep Borrell, propietario de la cuenta @pepborrell, el día 7 de abril de 2021.

Entrevista con Quique Mira, propietario de la cuenta @quiquemira, el día 22 de abril de 2021.

Javier Martínez (29 de abril de 2011). *Joaquín Navarro-Valls: Algunos martes Juan Pablo II se escapaba de incógnito a las montañas*. [Vídeo]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=F4FTwkotJbs> [Consulta: 19 de febrero de 2021]

MARYAM, Moshin. “Estadísticas Instagram 2021: 10 datos curiosos de Instagram que no sabías”. *Oberlo*. Disponible en: <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-de-instagram> [Consulta: 15 de marzo de 2021]

Mugridge, C. A., & Gannon, M, *John Paul II DEVELOPMENT OF A THEOLOGY OF COMMUNICATION: Excellence in the Communication of the Faith as Exemplified in the Apostolic Exhortation ECCLESIA IN AMERICA*, Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 2008.

OESTERHELD, Jorge., *No basta con un clic*, PPC EDITORIAL, Madrid, 2016.

PINTO SUÁREZ, Juan Carlos., *Iglesia Digital: Propuestas para una estrategia pastoral*, San Pablo, Madrid, 2014.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, “Misión”, *Diccionario de la lengua española*. Disponible en: <https://dle.rae.es/misión?m=form> [Consulta: 5 de marzo de 2021]

RODRIGUEZ NOLASCO, Gonzalo, “Una breve historia de las redes sociales”. *Hootsuite*. Disponible en: <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/> [Consulta: 2 de marzo de 2021].

ROMÁN, G Sergio., *SAN JUAN PABLO II: El comunicador del Evangelio* [Ebook]. Disponible en: <https://www.amazon.es/SAN-JUAN-PABLO-comunicador-Evangelio-ebook/dp/B00LGXS7F0> [Consulta 14 febrero 2021].

SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @jfolchh*.

SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @joaquincomp*.

SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @princespequitas*.

SOCIAL BLADE, *Análisis del perfil de Instagram de @quiquemira*.

TORRES NIETO, Alberto., *SAN JUAN PABLO II: El comunicador del Evangelio* [Ebook]. Disponible en: <https://www.amazon.es/SAN-JUAN-PABLO-comunicador-Evangelio-ebook/dp/B00LGXS7F0> [Consulta 20 de febrero de 2021].

“Viaje apostólico a América Central. Discurso del Santo Padre Juan Pablo II a la Asamblea del CELAM”. *Vatican.va*. Disponible en: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/speeches/1983/march/documents/hf_jp-ii_spe_19830309_assemblea-celam.html [Consulta: 19 de febrero de 2021].

7. Anexo

Entrevista 1.

Ana Bini, propietaria de la cuenta @princespequitas.

1. ¿Por qué decidiste empezar a subir el tipo de contenido que subes ahora a tu cuenta de Instagram?

Cuando empezó el estado de alarma yo estaba trabajando en una agencia, justo me acababan de contratar. Nos echaron a los que estábamos de prácticas. Total, yo me quedo sin trabajo en medio de una pandemia en la que no se podía salir ni hacer nada. Yo empiezo a buscar cosas que hacer y así entretenerme porque tenía mucho tiempo libre. Un día durante el confinamiento, @teregl99 me escribió para preguntarme por unos *tips* para el noviazgo a distancia porque iba a subir su #DomingoDeNoviazgo. Le di los *tips* y me etiquetó en sus *stories*. A raíz de eso me empezó a escribir mucha gente sobre este tema. Hablé con Pepe porque en ese momento los dos teníamos más tiempo y le propuse hacer unos vídeos para ayudar a la gente con este tema. En ese momento llevábamos 8 años saliendo y creía que podíamos ayudar a la gente desde nuestra experiencia. Por eso empecé a subir contenido de este tipo.

2. ¿Crees que con tu contenido ayudas a alguien? / ¿Qué tipo de feedback recibes? (Comentarios positivos o negativos)

Quizá al principio no me daba cuenta y ahora que tengo más seguidores y recibo más *feedback* porque la gente me escribe muchísimo, pues me doy cuenta de que sí porque la gente es muy agradecida. Me da las gracias porque sí, porque le apetece. Me escribe muchísima gente preguntando o contándome su situación. Tampoco soy nadie para dar una respuesta. Intento responder a todo el mundo. Si tú estas haciendo esto en Instagram de una forma pública, tienes que estar abierto a que te pregunten: forma parte del servicio que estás dando, responder.

- 3. En la cuenta de @princespequitas grabas vídeos con Pepe sobre temas como los enfados y discusiones de la pareja, la familia, etc. ¿Cómo eliges los temas?**

Los escojo hablándolos con Pepe. Nos hacemos preguntas sobre lo que nos hubiera gustado que nos dijeran hace años. También pregunto a mi familia o amigos y ellos me van diciendo cosas.

- 4. ¿Sigues algún patrón a la hora de publicar tu contenido? / ¿Cuál es el proceso?**

Yo tengo un calendario de contenido. A veces le hago más caso y a veces no. Pepe me va recordando que lo tengo seguir. Lo que tenemos establecido es que cada 3 semanas subimos un vídeo nuevo sobre un tema. Una semana antes publicamos el tema del vídeo y ponemos una caja de preguntas para que nos pregunten. Subimos *stories* y publicaciones relacionadas con el vídeo, etc.

- 5. ¿En qué tipo de contenido (de todo lo que subes) notas más visitas, impresiones, interacciones, etc.?**

Sobre todo en las *stories* esporádicas y naturales. En las fotos en las que sale Pepe. Yo puedo subir fotos con mi familia o amigas y si subo una de Pepe, a la gente le encanta.

- 6. ¿Consideras que las redes sociales como Instagram son una herramienta importante para transmitir la fe?**

Sin ninguna duda, antes no tanto, pero ahora sí. Yo creo que, a raíz de la pandemia, nos hemos dado cuenta de que hay que estar ahí sí o sí. Muchos laicos nos hemos dado cuenta de que las redes sociales nos sirven para transmitir la fe a través de lo digital. Es lo que decía Jesús, id al mundo y transmitir el Evangelio. Es lo que intentamos hacer en Instagram.

- 7. ¿Qué crees que se necesita a la hora de llevar una red social con la que transmitir el Evangelio y la fe? (Transmitir el Evangelio no solo a la gente**

que no lo conoce, sino “apoyar” y hacer grupo con los que ya llevan una vida cristiana)

Yo creo que se necesita tener una vida de oración con Dios. Hay que ser coherentes si vamos a hablar de Él. Yo no hablo directamente de Dios, yo hablo de los valores católicos que se pueden ver en una relación cristiana. Tener trato con él en el día a día. También se necesita creatividad, al final el Evangelio lo tiene todo el mundo a su alcance.

8. ¿Estás contenta con lo que has hecho desde que empezaste a publicar contenido con Pepe?

Sí. Todo esto ha tenido muy buena acogida. El otro día pudimos hacer una charla presencial y pudimos ponerles cara a nuestros seguidores. Esto es lo que más nos gusta y estoy muy contenta

9. ¿Qué te llevas de esta experiencia en redes sociales? (Nuevas amistades, aprendizaje, etc.)

Yo te diría que esto también me ha ayudado mucho. Ha ayudado a que mi relación con Pepe crezca. En el día a día puedes hablar de estos temas, pero hasta que no te pones delante de una cámara para explicar algo, no te pones a hacer un análisis de tu relación. Los dos hemos crecido en este sentido y nos comunicamos más. También hemos conocido a mucha gente @teregl99, @unafamiliareal, @jfolchh Conocer gente y crecer en pareja.

10. ¿Qué opinas sobre el éxito de las acciones realizadas?

Con esto te das cuenta de lo grande y la fuerza que puede ser vivir la fe en comunidad. Es lo que hemos hecho, nos hemos puesto de acuerdo unos cuantos, pero al final el que lleva el timón es Dios. Nosotros estábamos ahí sí, pero te das cuenta de la fuerza que tiene esto si todos vamos en la misma dirección.

11. ¿Sigues a otras cuentas católicas? ¿Cuál recomiendas y por qué?

A mí me gusta @carlarosroy porque su cuenta es muy natural cuando sube reflexiones que no tiene que ver con la fe, pero sí con los valores católicos. Los @kelidos porque me encanta cómo lo hacen y cómo se expresan. Se nota mucho que saben del tema. @luzmaral me encanta tiene un blog que yo comparto mucho que se llama MAKE LOVE HAPPEN. Habla sobre noviazgo, matrimonio. Fue profe en la universidad.

12. ¿Qué consejo le darías a alguien que quiere empezar una cuenta de Instagram con perfil católico?

Antes de empezar, que piense bien cuál es su objetivo final de su cuenta porque es muy importante no desvariarse de ese objetivo. Establecer objetivo. La constancia también es muy importante, aunque no veas resultados. De un día para otro no subes en seguidores. Es un trabajo que va poco a poco, es un trabajo de hormiguita en el que vas creciendo. En tercer lugar, no obsesionarse con las estadísticas. La gente no suele hablar de ello, pero todo este tema... Las estadísticas son una buena herramienta para profesionalizar la cuenta, pero puedes obsesionarte muchísimo con eso.

Entrevista 2.

Quique Mira, propietario de la cuenta @quiquemira.

1. ¿Por qué decidiste empezar a subir el tipo de contenido que subes ahora a la tu cuenta de Instagram? / ¿Tienes un objetivo?

Yo antes me dedicaba al mundo de la noche, fui promotor de discoteca hasta los 19 en Barcelona. Me dedicaba a promocionar discotecas y fiestas. Entonces me quité Instagram durante un año y medio porque me quitaba mucho tiempo y todo empezó más o menos en los inicios de la cuarentena, a raíz de un deseo que tuve porque vi que en la sociedad había una carencia de significado. Estamos a mil

cosas... Veo a mi alrededor que familia y amigos viven a medias. Empiezo a decir que bonito sería si empiezo a compartir contenido. Mi objetivo y propósito: compartir, abrir una cuenta y compartir mi vida de manera autentica y dar testimonio a otros. Esto se ha ido concretando en temas semanales. Compartir contenido de valor que se encuentra en la verdad para dar respuesta a la carencia que ve en la sociedad, en mi alrededor. Intento que sea de joven a joven desde su vida.

2. ¿Qué tipo de seguidores tienes? ¿Más gente joven o adulta?

Tuve una entrevista con *El País* el martes y me preguntaron lo mismo. Las estadísticas de Instagram me di cuenta de que la mayoría un 70%: 18 y 24 años y luego entre 24 y 35 años. 75% mujeres y 25% hombres.

3. ¿En qué momento (de todo el tiempo que llevas en IG) empezaste a notar una subida considerable de seguidores?

En los últimos 3 meses. Este proyecto lo empecé en serio en septiembre. En septiembre tenía 1.500 seguidores. Llegué a 4.000 en enero y ahora en abril tengo 10,000.

4. ¿Crees que con tu contenido ayudas a los que te siguen? / ¿Qué tipo de *feedback* recibes? (Comentarios positivos o negativos)

Para mí sorpresa no tengo ningún hater, pero si es verdad que me han aparecido amigos y familiares que no entienden el uso que le estoy dando a las redes sociales. En las redes, las respuestas y comentarios son muy positivos, gente que abre su corazón, te cuenta sus problemas, sus movidas... Cuando uno encuentra en IG un contenido auténtico conecta con el corazón y lo ve como una oportunidad para expresarse. Cuando uno ve cosas que no responden a las inquietudes de su vida tiende a compararse y a tener envidia con el otro. Es lo que ocurre con muchos *influencers*. La respuesta que estoy teniendo es un regalo. Tengo dos tipos de mensajes: gente que me escribe agradeciendo (la mayoría) y otros me preguntan consejos...

5. ¿En qué tipo de contenido y temática notas más visitas, impresiones, interacciones, etc.? (Stories/Publicaciones normales/Videos IGTV)

Lo que más me da interacción es IGTV. Un vídeo de media lo pueden ver 25,000 personas. Los *reels* 15,000. Publicaciones historias están iguales: 5,000. Subo vídeos de impacto 1 vez a la semana, en las historias y publicaciones contenido cercano. Con esto quiero fidelizar al seguidor. Cada cuenta tiene su manera de hacer familia, esta es la mía.

6. ¿Cómo te preparas las publicaciones?

Los domingos es el día que me organizo la semana. Soy muy metódico y como estoy trabajando y estudiando, o me organizo o no llego. Los sábados preparo el vídeo del domingo, el tema de la semana y asigno lo que voy a subir cada día. Estructura fija: martes y sábados *reels* siempre subo *reels*, el miércoles preguntas y respuestas, domingo vídeo IGTV y todos los días *stories*. Cada semana cambia el tema. A parte de esto también puedo subir contenido no preparado, si subo una historia con mis amigos porque me apetece, lo hago. Hay que estar abierto a la realidad y al imprevisto del día a día.

7. ¿Consideras que las redes sociales como Instagram son una herramienta importante para transmitir la fe?

Por supuesto que sí, pero el que lo hace ha de entender muy bien cuál es su propósito. Compartir la fe es algo ambiguo. Uno ha de tener claro lo que se ha encontrado, IG es una herramienta que se está súper superficializando, donde muchas empresas están poniendo muchos productos y que uno se puede perder. Se puede evangelizar y compartir la fe, pero cumpliendo los requisitos. Instagram es un sitio muy alejado de la fe, si no sabes lo que te has encontrado y que puedes recibir amanezcas, estás jodido. Al mes o a los dos meses te das cuenta de que es complicado y que es difícil. A mí me sale del corazón compartir, me da oxígeno

cada día y me sale así. Yo me alimento del Señor y puedo compartir con los demás.

8. ¿Estás contento con lo que has conseguido hasta ahora?

Estoy muy contento e ilusionado. Soy una persona que para lo bueno y para lo malo, soy muy poco conformista. Quiero ser capaz de estar más contento. Ya lo estoy y estoy sorprendido, pero me fijo más en lo que me queda.

A uno le duele más los comentarios negativos. Ayer se me acerca un amigo y me dijo que no le parecía bien que hiciera colaboraciones con marcas que no hablaran del Señor y si mi objetivo era compartir la palabra del Señor, esto no iba a propósito del proyecto. Yo no comparto esto para nada. Esto no me desvía del camino. Si hiciera una colaboración con una marca de calzoncillos y me hiciera fotos semidesnudo, te diría que es incoherente.

Si yo vivo pendiente de la afirmación del resto y de agradar a todo el mundo, apaga y vámonos. Si quieres gustar a todo el mundo, vende helados. Yo no vendo helados. Tu única afirmación en la vida sea Señor. El único que te da libertad y fuerza en el corazón es Cristo Tus amigos y familia te pueden acompañar.

9. ¿Hay algo que no te guste de estas cuentas? (Contenido no bien preparado, desviarse del tema principal, etc.)

En este último mes he tenido oportunidad de conocer a más gente, a más cuentas católicas. Tenemos un grupo de WhatsApp y nos estamos uniendo los que luchamos por la misma causa. Yo puedo estar más de acuerdo en la forma de compartir de unos y otros. Claro que hay cierta manera de vivir esto.

Muchas veces en WhatsApp dicen: “por favor comparte lo mío” y algunos viven muy apegados a sus “personajes”. Te empieza a seguir tanta gente que es muy fácil caer en la esclavitud o pueden compartir la fe de una manera que se adapta a todo. No siempre comparto su forma de hacerlo.

Entrevista 3.

Joan Folch, propietario de la cuenta @quiquemira.

1. ¿Por qué decidiste empezar a subir el tipo de contenido que subes ahora a la tu cuenta de Instagram? / ¿Tienes un objetivo?

Todo esto empieza en la cuarentena. En ese momento la gente empieza a subir fotos con sus amigos y a mí que me gusta hacer vídeos, monto uno con recuerdos y una pequeña voz en off. En el vídeo hablo sobre lo que vamos a echar de menos y hay un momento determinado en el que menciono que vamos a echar de menos comulgar todos los días. Me llegan bastantes mensajes, pero hay uno que me dice: “Oye Folch encuentro incompatible que salgas de fiesta y seas católico.” Ahí me di cuenta de que la gente no se entera de que puedes encontrar a Dios en las pequeñas cosas de cada día sin irte a un monasterio. Ese vídeo empieza a hacerse viral, 1.000 reproducciones, 5.000, 15.000. Mi cuenta era privada, pero la hice pública por si a mis amigos les apetecía compartirlo.

Mucha gente empieza a preguntarme preguntas parecidas sobre este tema. Una cuenta, @sentirledentro, que en ese momento contaba con 20 seguidores, me pide que cuente el papel de Dios en mi vida. Al principio ni les contesté. Al cabo de unas horas y después de rezar, decidí hacer el vídeo que me pidieron. Este vídeo fue una revolución porque se trataba del primer universitario español que hablaba públicamente de su fe. A partir de ahí y viendo el éxito que tuvo ese vídeo, pensé que quizá en Instagram se necesitaba algo más a parte de la superficialidad que se muestra. A partir de ese momento digo que quiero cambiar IG y que la gente se identifique con mi cuenta: soy un tío normal y que además se esfuerza por querer a la gente y poner de moda el amor de verdad. Me di cuenta de que no hay *influencers* o gente de referencia que mostrara abiertamente su fe.

2. Explicame lo de amar de verdad.

El siglo XXI se está dirigiendo a un mundo hipersexualizado. El amor se confunde con hacer el amor y se mete la sexualidad por todas partes. Eso es amar, pero amar no es únicamente una relación sexual. Estamos perdiendo el compromiso porque

lo vemos como una obligación. Poner de moda el amor de verdad es transmitir el amor en el que realmente creemos los cristianos: amor pleno, de entrega, coherente y libre. Y el amor de Dios.

3. ¿En qué momento (de todo el tiempo que llevas en IG) empezaste a notar una subida considerable de seguidores?

Empecé a notarlo a principios de mayo cuando Jóvenes Católicos me escribe y ficho por ellos para escribir artículos cada lunes. Con esto empieza los “Lunes de Folch”. Ahí fue el *boom*, la gente te empieza a conocer y es la clave del éxito de esto: la naturalidad y la brevedad. No complicarse con el vocabulario, si quieres llegar a gente que está más alejada de Dios no hay que utilizar un lenguaje difícil. Los jóvenes no aguantamos más de 3 minutos leyendo algo. Trataba temas: la confesión, el amor de verdad, etc.

4. ¿Crees que con tu contenido ayudas a los que te siguen? / ¿Qué tipo de *feedback* recibes? (Comentarios positivos o negativos)

Yo no veo que yo haga las cosas. Lo veo del de arriba. Tengo mi formación y tengo mis cosas, pero no soy sacerdote. No puedes ir dando lecciones morales ni nada. El *feedback* al principio era muy bueno y a la gente le ayudaba, se empezaban a acercar a Dios o al menos plantearse preguntas. A la gente le ayudaba mucho.

Cuando uno tiene más seguidores, van apareciendo los haters. Que esto pasó a partir de verano. Es la cara oculta de Instagram y hay muchos más de lo que la gente se piensa. Mensajes muy superficiales o insultando. Se mete el demonio ahí hasta el fondo. Cada uno tiene sus ideas, pero creo y considero que hay una cosa que es primordial: saber que detrás de cada cuenta hay personas normales. Cuando recibes un mensaje de ese tipo, te afecta. Te estás esforzando por aportar un poco de VIDA al mundo y te sabe mal que hay gente que vaya a por ti. Estos comentarios me afectan. Cada vez menos porque uno se va adaptando y se lleva.

5. ¿Cómo te preparas las publicaciones?

Yo la verdad que tema publicaciones soy bastante pasota. El postureo me pone un poco nervioso por lo que no me he currado el *feed*. El patrón del *feed* era inexistente y subía lo que me apetecía.

Yo me centraba en las historias porque en mi caso yo transmitía mi día a día y tenía que ir con mucho cuidado. Hay personas que cometen errores y no pasa nada, pero en mi caso y en el de otras cuentas católicas, somos como la cara de la Iglesia en redes sociales. Estás hablando de parte de @jfolchh y de lo que hace un cristiano y, por lo tanto, lo que hace la Iglesia.

No salen banderitas de ningún tipo de fondo, de equipos de fútbol, etc. Si nosotros estamos para llevar a Dios en RRSS y lo que nos posicione o puede causar rechazo por determinadas personas, pues tenemos que intentar evitarlo.

Cuando voy a subir una historia la guardo y la subo a @jfolchhstudio, que no tiene ningún seguidor. Allí se comprueba que el contenido que no tenga ningún tipo de incoherencia y lo veo varias veces. Después de eso lo subo. Yo el 99% de veces subo finalmente el vídeo, pero hay una línea delgada entre defender nuestras ideas o provocar a la gente. Se tiene que ir con cuidado para no ofender a la gente que no cree. Hay que transmitir las ideas con naturalidad y humildad. Sí tengo un calendario para proyecto sociales: 2 al año.

6. ¿En qué tipo de contenido y temática notas más visitas, impresiones, interacciones, etc.?

Un *storie* no me voy a revisar todo mi día. Todo lo que se publica tiene más interacciones que una historia.

7. ¿Qué crees que se necesita a la hora de llevar una red social con la que transmitir el Evangelio y la fe? (Transmitir el Evangelio no solo a la gente que no lo conoce, sino “apoyar” y hacer grupo con los que ya llevan una vida cristiana)

Mucha fortaleza porque se te va a tirar encima mucha gente. Naturalidad. Necesitas ver que me lo he pasado genial en la fiesta, pero luego te subo un vídeo de cómo ver a Dios en las fiestas. Constancia es clave. La coherencia. Si dices unas cosas, las dices porque te las crees y porque las vives. Porque sino entras en el juego de que se convierta en postureo.

8. Háblame sobre los dos proyectos que has dirigido recientemente.

La mayoría de cuentas católicas tuvieron el boom gracias a la cuarentena. Poco a poco fuimos creciendo todos juntos, comentando, conectando con la gente. Se creó muy buen clima y de ahí surge un primer proyecto en colaboración con un par de cuentas católicas para ayudar a Cáritas. Desde ahí quiero hacer un proyecto grande. Entonces hay una canción de Hakuna que empieza a pedir por las mujeres que están en la prostitución, por los niños que sufren *bullying*, el aborto, etc. Quiero poner medios humanos para ayudar a esto. El proyecto con el lema “Amar sin medida” consistía en vender en 12 horas unas pulseras con el lema. Cada hora ayudaba a una ONG distinta: uno por la gente que quiere suicidarse, por los niños que van a ser abortados, etc. En ese proyecto estábamos unas 20 cuentas. Les expliqué el proyecto, me encargó de dirigirlo y hablar con las ONG’s. Algunos nos decían que no porque nos decían que no conseguiríamos ni 200 euros. Nuestro objetivo era conseguir 5.000 euros. Al final conseguimos 12 ONG’s. Hicimos *flyers*, montamos una página web. Cada cuenta explicó en su perfil el proyecto. A la gente le gustó mucho y se recaudaron más de 9.000 euros en 12 horas.

Batas de colores. Yo quiero hacer proyectos cada 6 meses porque sino cansas a la gente. Ese es mi calendario. Un lunes recibí una llamada que me explicó que su hermano pequeño, al que habían detectado cáncer, podía pasar su última Navidad. A partir de eso pensé que quería que tuviera una buena Navidad, pero no solo a él, sino a más niños. Vamos a hacerles nosotros regalos y que se lo pasen genial en el hospital para aportarles la máxima luz ahí. Me llamaron un lunes, hasta el miércoles estuve rayado y luego dije que teníamos que mover lo que sea para ayudar a estos niños. Hicimos una campaña para conseguir en 3 días 5.000 euros para la Clínica de Navarra de Madrid, el Hospital Sant Joan de Barcelona y la Fundación Ronald McDonald de Madrid. Al principio lo vi un poco difícil, pero

me ilusionaba mucho. Mucha logística y conseguir contactos. Lo conseguimos sacar y el vídeo tenía muchas reproducciones: mil, 2 mil, 3 mil... En la página de *crowdfunding* cero donaciones. Fui el primero en meter 50 euros y de repente 100 euros. 200 euros... En 72 horas conseguimos más de 17 mil euros. Se compartió por medios de comunicación, periódicos, otros influencers, Álvaro Soler, etc.

9. ¿Estás contento con lo que has conseguido hasta ahora?

Lo primero lo ha conseguido el jefe, no yo. Estoy contento, pero lo que realmente planteo es la ilusión que tengo por lo que está por llegar y seguir acercando a la gente al cielo. Me alegro mucho de que mi cuenta haya ayudado a la gente. No se trata de que se pierda ninguno, sino de que no se lo pierda ninguno. Lo que me llena más de alegría es el futuro.

Entrevista 4.

Padre Joaquín, sacerdote y propietario de la cuenta @joaquincomp

1. ¿Cuándo empezó con la cuenta de Instagram? / ¿La creaste con un objetivo o nació como cuenta personal?

Hasta que yo no me doy cuenta de que mi cuenta de Instagram no sirve para nada, no me pongo las pilas. Llega un momento en el que no tiene ningún sentido que tenga cuenta de Instagram, de hecho, pienso en quitármela, pero se me ilumina la posibilidad para el mismo fin que es mi vida, el sacerdocio y llegar a los corazones. Entonces es cuando empiezo a trabajar en el verano de 2018.

2. ¿En qué momento (de todo el tiempo que llevas en IG) empezaste a notar una subida considerable de seguidores?

El crecimiento de mi cuenta ha sido muy progresivo, pero ha habido momentos en el que *influencers* me han recomendado y han sido momentos de crecimiento fuerte. Otro pico fuerte fue en la pandemia ahí hubo una subida fuerte.

3. ¿Cuentas con más seguidores jóvenes o adultos?

El contenido que subo procuro que sea para jóvenes. Es verdad que en la pandemia se ha descuadrado el *target* porque todas las madres y abuelas de España se han metido en Instagram. A mí no me ha venido muy bien y ahora estoy haciendo un esfuerzo por recuperar a un público joven. Los seguidores que tengo son del tramo de 18 a 30 años.

4. He visto que subes historias con distintas temáticas. ¿Crees que ayudas a tus seguidores con estos temas? / ¿Qué tipo de feedback recibes? (Comentarios positivos/negativos)

Sí. He sabido reconocer cuándo una serie no ha ayudado porque la gente no comparte. Nunca he roto una serie definitivamente, pero he dicho una semana más y se acabó.

Recibo mensajes por directo. Antes lo que ayudaba infinito, pero Instagram lo ha quitado porque son unos rufianes, son los compartidos. Eso ya no existe. Eso ayudaba muchísimo porque si veías el número de compartidos, podías ver si realmente gustaba. El número de likes o los comentarios también pueden indicar buena acogida.

5. ¿Sigues un patrón a la hora de publicar contenido? ¿Cómo te organizas?

Tengo un calendario. Hago lo que puedo. Yo publico *reels* y *stories* todos los días en Instagram y Tiktok. Subo post los miércoles y los domingos. Tengo gente que me ayuda con las frases. Empecé haciéndolas yo, pero busqué a gente que me ayudara.

6. Además de estar en RRSS, estás presente en IVOOX, Spotify y otras plataformas con tu podcast “Al lío”. ¿Cómo surgió la idea? Háblame sobre los inicios y qué tal va ahora.

En enero de 2020 yo tenía en mente la idea de un podcast y con la pandemia y con las misas recibí muy buen *feedback*. Después de eso pensé en que era buen momento en lanzarme con el podcast. Empecé con él y era como una manera de continuar con ello. Lo meto como en una estrategia de pastoral/apoyo en la cual tengo un contenido ligero como en Instagram, pero ahora tengo un podcast para gente que quiere más. El lenguaje es joven, accesible... Explicar intentar cosas de Dios y Dios en la vida.

7. ¿En qué tipo de contenido notas más visualizaciones, impresiones, comentarios, interacciones, etc.?

Las publicaciones que más likes obtienen son la de gente, pero no significa que sean las que más engagement generen. Las frases tienen menos likes, pero se comparte mucho más, se etiqueta mucho más y eso sí genera un engagement que una foto de gente que nunca va a generar.

8. ¿Consideras que las redes sociales como Instagram son una herramienta importante para transmitir la fe?

Para transmitir la fe por su puesto porque es el lugar donde estamos. Es un lugar donde los católicos tenemos que dar un paso, quitar estimas y mostrarlo. Si tú has vivido una gran Semana Santa, no tiene sentido que lo único que hayas subido sea que te has estado dando un paseo por un pueblo de la sierra. No te digo que conviertas tu cuenta en una cuenta cristiana. Es verdad que hay gente que ha dado un paso más, que ha perdido el miedo, que tiene su vida, pero que también quieren hablar de Dios. Otra cosa distinta es la evangelización en las redes sociales. Las redes sociales es un lugar donde no puede haber conversión porque es un proceso largo que necesita el tú a tú, los sacramentos, una vida compartida. Los que estamos en las redes sociales apoyamos eso y aportamos un poquito, pero la evangelización se da en el tú a tú.

9. ¿Cree que la Iglesia está al día con las nuevas tecnologías, las redes y más cerca de los fieles?

Como institución pienso que no. Las diócesis, las congregaciones pueden tener sus cuentas, pero no se lo toman en serio. Creo que no les parece prioritario que haya una comunicación mediática en ese sentido, pero que el Papa tenga cuentas en redes es significativo. Como institución en general creo que no porque a nuestros obispos les queda un poco lejano. A un señor de 70 años les puedes pedir mucho. El rostro de la Iglesia somos los sacerdotes y cristianos y estamos cerca.

10. ¿Qué consejo le darías a alguien que quiere empezar una cuenta de Instagram con perfil católico?

Lo primero que piense a qué persona se quiere dirigir y lo segundo que el contenido que genere sea interesante para esas personas. Ejemplo: yo quiero que se sepa la maravilla de las magdalenas y hago una cuenta así. A nadie le interesan tus magdalenas, aunque puedan ser tu vida. Con Jesucrito pasa lo mismo, a nadie le interesa o sino todos serían cristianos. Entonces piensas primero a quién me quiero dirigir: católicos convertidos, a un modelo específico de católicos, a gente más alejada, a gente atea, etc. Después piensas cómo transmites lo que quieres contar. Yo pensé en dirigirlo a jóvenes católicos, pero no practicantes. No les puedo hablar de cómo rezar, de los mandamientos... Tengo que pensar cómo puedo ir acompañándolos.

11. Durante el confinamiento del año pasado retransmitiste las misas a través de directos de Instagram, ¿cómo te sentías celebrando la eucaristía? ¿fue difícil en cuanto a tema logístico?

Nunca había retransmitido nada así, de hecho, nunca pensé en hacerlo porque no tenía nada que ver con la línea que yo seguía. Si el confinamiento viene un sábado, nadie tenía preparado una misa online. Es el primer día que celebro una misa online y ese día hay muchísimas visualizaciones porque nadie las estaba retransmitiendo todavía. Luego van pasando las semanas y todas las parroquias lo van haciendo. Quizás fui el más rápido en hacerlo. Tardé unas semanas en retransmitir en YouTube porque al principio no sabía cómo hacerlo.

12. ¿Hay algo que no te guste de estas cuentas? (Contenido no bien preparado, desviarse del tema principal, etc.)

Cuando te piden que compartas su contenido. Me llegan un montón de cuentas que dicen: “¿Padre podría *repostear* esto?”. Me escriben unos chicos que me piden que publique algo de su cuenta y sé que tienen muy buena intención, pero solo tienen 5 publicaciones y 205 seguidores que son sus amigos. Todavía no han hecho un aporte, si todo el mundo me pide que le publique, mi cuenta acaba siendo un cartel de anuncios de gente con buenas intenciones. Es distinto si resulta que ya llevan 30 publicaciones, han demostrado que van a seguir publicando, etc. Si ayudan a la gente, la gente compartirá naturalmente. Yo una de las máximas que tengo es: “Genera un contenido tal que la gente quiera compartirlo”. Eso es lo que ha hecho que me compartan a mí.

Esto es algo que no me gusta, si entras en las redes, te tienes que poner las pilas.

Entrevista 5.

Carolina de la Rosa Ayala, administradora de la cuenta @parroquiasangerman

1. ¿Cómo y cuándo empezaste a administrar la cuenta de la Parroquia San Germán?

Me lo ofrecieron en 2018. En San Germán hay un grupo de comunicaciones y las redes han pasado por varias personas; yo soy la cuarta. La que coordinaba el grupo de comunicaciones me cogió para hacer fotos y así echaba una mano a la chica que controlaba las redes sociales. En 2019 pasé yo a administrar la cuenta. En el grupo de comunicaciones llevamos las redes sociales, los diseños de la cartelería, la web, etc.

San Germán tiene mucha vida, muchísima gente y muchos jóvenes por eso hay comisiones para organizar todo.

2. ¿Alguien controla todo lo que se publica? ¿Cómo se elige el contenido?

Todo pasa por los sacerdotes. En su mayoría son carteles para comunicar las actividades, pero también fotos de esas actividades. Se anuncia lo que se va a hacer y se muestra lo que se ha hecho. Intentamos tener más cosas a parte de anuncios para que no sea un simple un cartel de día.

3. ¿Sigues algún patrón a la hora de publicar?

En Cuaresma me senté para ver cómo hacía el feed. Cada cierto tiempo elijo el contenido que quiero publicar y organizo el feed para que no sea siempre igual. Ahora en Semana Santa el lunes tengo que subir cosas relacionadas con el lunes Santo. Sigo un patrón en cuanto a cierto tiempo elijo contenido y el diseño del *feed*.

4. ¿Dónde notas más interacción? (Stories o publicaciones en el feed) / ¿En qué tipo de contenido?

Por *stories*. Nos contestas mucho por ahí o también nos escriben por mensaje directo. En cuanto a likes, recibimos muchos likes cuando son fotos de las actividades de la parroquia.

5. Que la Parroquia tenga su propia cuenta de Instagram, ¿ayuda a estar más cerca de los fieles?

Sí. En Instagram la gente ve el contenido siempre porque pasamos mucho tiempo ahí. Sirve a la gente de la parroquia y a gente que no está en un grupo de fe dentro de la parroquia y se entera de lo que hacemos.

6. ¿Tenéis más seguidores jóvenes o adultos?

De todo. El intervalo de edad de nuestros seguidores es de 25 a 34 años: 32%. De 35 a 44 años y en tercer lugar de 18 a 24.

7. ¿Consideras que redes sociales como Instagram son una herramienta importante para transmitir la fe?

Sí porque en la época en la que estamos las redes sociales ha ocupado un lugar en nuestras vidas y si no estás ahí pierdes conectar con gente.

8. ¿Sigues a otras cuentas católicas? ¿Cuál recomiendas y por qué?

Blessings, es una madre de familia que transmite amor de Dios y fe. Me encanta como lo transmite porque es súper natural. Thefisherman.es porque sube ilustraciones y frases. CatholicLink también me gusta porque es más de formación cristiana.

9. ¿Has notado un crecimiento de cuentas católicas los últimos meses? ¿Por qué crees que ha sido eso?

Lo he visto en jóvenes y en un montón de parroquias que las llevan jóvenes. Yo creo que la pandemia ha influido porque ha sido una forma de llegar a los demás, pero incluso antes de eso. La Iglesia y los cristianos tenemos que estar en el mundo.

10. ¿Qué crees que se necesita a la hora de llevar una red social con la que transmitir el Evangelio y la fe? (Transmitir el Evangelio no solo a la gente que no lo conoce, sino “apoyar” y hacer grupo con los que ya llevan una vida cristiana)

Llevar una vida de fe y que vivas lo que estás contando. No perder el foco de que a quien tienes que mostrar es a Dios y lo importante es Dios y no todo lo demás.

Entrevista 6.

Antonio Guzmán, seminarista y propietario de la cuenta @antonioguzmandi

1. ¿Hace cuanto tiempo empezaste a subir el tipo de contenido que subes ahora en IG?

Siempre ha sido y es una cuenta personal. Si que es verdad que hace unos años las publicaciones eran de viajes/blog de moda porque en el colegio mayor tuve una historia con la marca Silbon, pero eso ya está fuera. Desde el verano de 2019 con la misión de Bolivia empecé a contar experiencias. Me di cuenta de que a mí me ayudaba mucho la poesía y la experiencia. Lo que me gusta de esto es que te sugiere cosas y que te hacen desear estar vivo. Empecé a compartir poesía, después experiencias y poco a poco fue tomando forma. Llevo así un año y medio.

2. ¿Cuentas con más seguidores jóvenes o adultos?

La media es entorno al 25-30 que es mi edad. En otras cuentas como la @jfolchh la media de edad es de adolescentes, que son la gente que más gente está en Instagram.

3. ¿Crees que ayudas a tus seguidores con el contenido que publicas? / ¿Qué tipo de feedback recibes? (Comentarios positivos/negativos)

Es raro decirlo, pero sí. Lo bonito que descubro son muchas relaciones que comienzan. Yo tengo la suerte de que parto de una comunidad donde se vive esto, pero gracias a Instagram también surgen relaciones con otra gente. Más que impacto, se ganan muchas relaciones.

Las liturgias de la hora es una cosa que no usaba nadie y de repente mucha gente me pregunta muchísimo sobre esto. Con respecto al tema de la gratuidad, mucha gente también me escribe. También recibo algún mensaje sobre gente que me dice que ha estado alejada de Dios y que le estoy ayudando.

Trato de que mi cuenta sea como un libro de poesía, tú lo lees, lees una publicación y luego sales y vives como más atento a un Dios (que me da igual que no lo llames Dios).

4. ¿Sigues un patrón a la hora de publicar contenido? ¿Cómo te organizas?

Sigo un patrón estético, pero esto es una tontería. En las publicaciones me gusta utilizar pantallazos de conversaciones de WhatsApp, de vez en cuando hay fotos de mi vida real, pero sin sobreexponer a mis amigos y a mi familia. En general suelo publicar experiencias completas, reflexiones, poemas míos, etc. Lo que más me gusta publicar son los salmos, aunque no reciban muchos *likes*.

5. ¿Consideras que las redes sociales como Instagram son una herramienta importante para transmitir la fe?

No es que sean una herramienta importante, es que queramos o no, vivimos en las redes sociales. Si yo vivo en las redes sociales, tengo que plantearme qué comunico. Uno comunica en redes sociales lo que le hace feliz, pretendiendo que a los demás les guste también.

Me he dado cuenta de que En la cuarentena mucha gente se ha vuelto “instagranmente” católica. El resto de cosas que llenaban su vida se pararon y por tanto, también se pararon las cosas que publicaban. Mucha gente volvió a la fe. Las cuentas con una frasecita y una imagen de Pinterest surgieron por mil. No se trata de si es un lugar donde evangelizar, sino de si un cristiano en el fondo no puede estar en redes sin señalarle de algún modo. No tiene que ser mega explícito.

6. ¿Cree que la Iglesia está al día con las nuevas tecnologías, las redes y más cerca de los fieles?

Yo creo que no. La Iglesia han entendido las redes sociales mal. Las redes se ven como entretenimiento.

No han trasladado a las redes la experiencia de la vida real. Tú ves los perfiles oficiales de cosas eclesiales y son como un corcho en el pasillo. En la vida real hablan de la vida, pero en redes, que es donde uno se mete después de volver del

trabajo, de la cita del dentista, etc., publican cómo se celebra el Triduo Pascual o un mensaje teórico. Tú necesitas encontrar lo mismo que encontrarías en una compañía humana.

7. ¿Qué consejo le darías a alguien que quiere empezar una cuenta de Instagram con perfil católico?

Yo le diría que siga haciendo su cuenta igual. Es tan sencillo como compartir la foto de la montaña de tu escapada a la sierra, cantando una canción con tus amigos porque tú le ves a Él ahí. No tiene porqué ser explícito, la experiencia es lo que ayuda. Lo interesante es comunicar experiencias, no ideas. Muchas veces vamos a la realidad pensando qué compartir, lo importante es vivir.

A mí me gusta mucho cómo pueden hablar de Dios Justin Bieber, Tomás Páramo, María Pombo, etc. Aunque no comulge totalmente con cómo viven la fe, me gusta y me interesa. Todo el mundo sabe que Tomás Páramo es disfrutón, que tiene sus cosas, que es frágil psicológicamente... Pero tú ves que ese tío todas las mañanas está 30 minutos en silencio, ves que en su casa hay una esquina importante reservada a María y en su cuenta no está todo el día “María es importante”. Esa no es su cuenta. Su cuenta es “me lo paso bien, la vida es valiosa, a veces me deprimó... ¿y qué hace que todo esté justificado y contenido en mi vida? Cristo y te lo cuento de vez en cuando”.