

CLAVES COMUNICATIVAS Y EVANGELIZADORAS EN LOS MENSAJES DEL PAPA FRANCISCO EN TWITTER

KEY COMMUNICATIVE AND EVANGELIZING ELEMENTS IN POPE FRANCIS'S MESSAGES ON TWITTER

Juan Francisco Álvarez Sigüenza – Sima González Grimón

Resumen: El presente artículo es un análisis sobre la presencia y el mensaje evangelizador del Papa Francisco en las Redes Sociales. Para ello, se analiza una selección representativa de publicaciones durante un período de tiempo, así como una muestra de las respuestas y comentarios generados por los usuarios. A partir de este corpus, se identifican las principales estrategias comunicativas y evangelizadoras empleadas por el pontífice: El discurso diplomático, la promoción del encuentro, la sorpresa estética, la interpelación personal y la acogida amable y crítica del desarrollo científico y técnico actual. Este estudio busca poner de relieve cómo el papa Francisco utiliza las redes sociales como canales de evangelización, sensibilización y diálogo, convirtiéndolas en espacios de encuentro y reflexión espiritual en el mundo actual.

Abstract: This article analyzes Pope Francis's presence and evangelizing message on social media. It examines a representative selection of his posts over a period of time, along with a sample of user responses and comments. From this corpus, the study identifies the main communicative and evangelizing strategies employed by the Pope: diplomatic discourse, the promotion of encounter, aesthetic appeal, personal engagement, and a friendly yet critical reception of current scientific and technological developments. This study aims to highlight how Pope Francis uses social media as a channel for evangelization, awareness-raising, and dialogue, transforming it into a space for encounter and spiritual reflection in today's world.

Palabras clave: Papa Francisco, evangelización, comunicación religiosa digital, sensibilización, Twitter

Key words: Pope Francis, evangelization, digital religious communication, awareness, Twitter

Fecha de recepción: 10 febrero de 2026

Fecha de aceptación y versión final: 30 de abril de 2026

1. Introducción

La Santa Sede Vaticana, al igual que otros Estados e instituciones, ha logrado adaptar su estructura informativa al entorno digital actual. Su principal plataforma es el portal oficial www.vatican.va, que actúa como núcleo central desde el cual se enlazan

numerosos sitios asociados. Entre ellos se incluyen los correspondientes a Congregaciones, Tribunales, Consejos Pontificios, Dicasterios, Sínodo de los Obispos, Oficinas, Pontificias Comisiones, Pontificias Obras, instituciones vinculadas a la Santa Sede, la oficina del trabajo de la Sede Apostólica, estado de la Ciudad del Vaticano, academias pontificias, delegaciones pontificias, diversos institutos y otros organismos.

A este entramado de portales institucionales se suma un conjunto de sitios informativos especializados, igualmente digitalizados, entre los que destaca la Oficina de Prensa de la Santa Sede. En su sitio web: press.vatican.va, se publican las noticias diarias, los boletines de prensa, la información sobre el Colegio Cardenalicio y los formularios para la acreditación de periodistas (Santa Sede, 2023). Asimismo, la Santa Sede cuenta con Vatican News, un portal destinado a la difusión de noticias de actualidad y actividades oficiales, y con la página de L'Osservatore Romano (www.osservatoreromano.va), donde se ofrecen reportajes, entrevistas, editoriales y secciones dedicadas a la situación de la mujer en la Iglesia, junto con el acceso a las suscripciones del diario oficial del Vaticano.

Junto al conjunto de portales institucionales destinados a informar sobre la actividad del Vaticano, se encuentra también la presencia oficial de la Santa Sede en las redes sociales. Esta incorporación al entorno digital puede interpretarse como un signo claro de adaptación al nuevo paradigma comunicativo global. Así lo refleja el artículo publicado en *Vatican News* bajo el título “Las redes sociales: instrumento de comunión”, en el que Monseñor Lucio Ruiz subraya la importancia de estos espacios digitales afirmando que “debemos destacar la relevancia de las redes sociales del Papa para llegar al corazón de las personas, allí donde están, y acompañarlas en su caminar”¹. En ese mismo texto, Ruiz resalta la presencia activa del pontífice en plataformas como Twitter e Instagram, así como la creación de nuevos espacios digitales de espiritualidad, entre ellos Click To Pray, una aplicación orientada a la oración comunitaria. Según el propio monseñor, esta herramienta “se presenta como un instrumento útil y oportuno para la comunión, ya que propone un espacio de comunidad y apoyo mutuo en la oración”². La creación de estos espacios virtuales destinados a la oración y la convivencia cristiana da por hecho que la Santa Sede acepta las posibilidades de evangelización que ofrecen las Redes Sociales como instrumento para el mensaje cristiano y en la forma en que lo viven los creyentes de todo el mundo.

El uso de las tecnologías, a diferencia de otras disciplinas, suele desarrollarse principalmente a partir del autoaprendizaje y la experiencia individual. En la mayoría de los casos, son las propias personas las que con su experiencia y uso aprenden a desarrollar las herramientas digitales y el uso de redes; no obstante, existe una gran demanda por parte de las personas vinculadas a la Iglesia de recibir “formación o alfabetización digital para ejercer nuestro rol de pastores comunicadores de la palabra de Dios desde y con las posibilidades evangelizadoras de las TIC, como inicio de la ruta en la comprensión de las tecnologías en la actual sociedad globalizada e interconectada”³.

¹ Vatican news: <https://www.vaticannews.va>. Consultado 2023.

² *Ibid.*

³ P.F.L.A. FRANCO, *Evangelizar en el Siglo XXI: Retos en el uso y apropiación de las TIC en la Iglesia Católica*, Fundación Universitaria Católica del Norte Cibercolegio UCN I.E, Medellín 2012, 1.

En este contexto, el presente estudio se centra en analizar la presencia y el mensaje evangelizador del papa Francisco en las Redes Sociales, tomando como muestra una selección de los tweets más significativos publicados en un periodo determinado, junto con una muestra representativa de las reacciones ciudadanas expresadas a través de comentarios. El objetivo principal es identificar las estrategias comunicativas mediante las cuales el papa Francisco transmite sus enseñanzas y reflexiones sociales en Twitter. Los resultados permitirán valorar de qué modo esta red social puede considerarse hoy un medio eficaz de evangelización en el siglo XXI, así como un canal de diálogo abierto a los desafíos contemporáneos que plantea la sociedad actual.

2. Marco teórico: El uso de redes como herramienta de Comunicación Institucional

La Comunicación Institucional puede entenderse como una manifestación del “liderazgo de las instituciones”⁴, cuyo mensaje, además, “está vinculado a la necesidad de promover una identidad”⁵. Por ello, la manera en que dicho mensaje se interpreta y transmite resulta fundamental. En el caso de una institución como la Santa Sede, la comunicación adquiere un papel central, convirtiéndose en uno de sus principales objetivos y, a su vez, en un espacio de reflexión y debate. Con toda probabilidad, el debate surgido de cómo o en qué forma la Iglesia y la Institución que le representa debe de afrontar los retos del S.XXI y la adaptación a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación o también llamadas las TIC. Estas herramientas han generado, como señala Echeverría “una profunda revolución tecnológica, comparable a las suscitadas por la escritura, la imprenta o la industrialización”⁶.

De manera similar a la Comunicación Institucional, la Comunicación Política también puede ser objeto de medición y análisis, aunque su interpretación difiere sustancialmente. En el ámbito político, comunicar se convierte en una necesidad para la propia supervivencia. La forma política del mensaje se aleja un poco de la visión de la Imagen Institucional, ya que el mensaje político adquiere otras connotaciones relacionadas no con la imagen, si no con el posicionamiento político ante determinadas reacciones que vinculen a la Iglesia en términos de relación con el resto de países y otras instituciones. Así, el giro político-comunicacional que puede apreciarse en algunos mensajes eclesiales se ve condicionado, en gran medida, por su capacidad de persuasión sobre la ciudadanía. Aunque la política no constituya el eje central de la Iglesia, su dimensión comunicativa la sitúa inevitablemente en el terreno del debate público y diplomático.

La Diplomacia Pública una de las estrategias más demandadas a la Iglesia por terceros países, es otro de los medidores de transmisión de imagen y de comunicación “es el conjunto de acciones estratégicas diseñadas en función de una serie de instrumen-

⁴ J.A. LÓPEZ JORRÍN, C. VACCHIANO, “Marca España: Una visión Institucional”: *Comillas Journal of International Relations* 1 (2014) 18.

⁵ *Ibid.*, 17.

⁶ J. ECHEVERRÍA, “Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación”: *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS*, 4 (10) (2008) 172.

tos para proyectar la identidad de un país en la opinión pública de otros con el fin de crear una imagen positiva”⁷ por tanto se sitúa en el eje central de las relaciones internacionales de los países en el contexto actual, el Estado Vaticano no es una excepción. Su empleo adquiere especial dimensión y “su utilidad en las crisis internacionales y su empleo como herramienta de influencia y persuasión”⁸ ha sido usada por parte del Estado Vaticano como estrategia mediadora en conflictos armados, crisis, etc. El uso de esta herramienta comunicacional “tiene como finalidad la de proyectar una imagen al servicio de los intereses de la política exterior; es decir, en el marco de las relaciones internacionales”⁹. El empleo de la diplomacia pública va unido a su mensaje y forma parte de su empleo el de “fomentar las actitudes positivas de ciudadanos de terceros países”¹⁰.

En el caso de las Redes Sociales (RRSS), estas se han consolidado como parte del nuevo imaginario comunicacional, con una presencia creciente en la vida cotidiana de las personas. Se pueden conceptualizar como “estructuras sociales que se representan en forma de uno o varios grafos, en los cuales los nodos representan a individuos y las aristas las relaciones entre ellos”¹¹. La adaptación de las instituciones a este tipo de herramientas se considera un rasgo característico de los Estados modernos¹², y el Estado Vaticano no constituye una excepción. Dentro de este marco, la red social Twitter se destaca como una plataforma clave: sus tweets, mensajes de texto de hasta 140 caracteres, permiten una comunicación pública inmediata, ya que “la configuración predeterminada para los tweets es pública, lo que permite a la gente seguir a otros usuarios y leer sus mensajes”¹³. Además del uso personal, la red Twitter se hace notoria en el ámbito de la búsqueda de la información, la red crece y “ha captado la atención de las organizaciones”. Según Huertas (2016), millones de personas y entidades utilizan esta red para “intercambiar opiniones, realizar críticas, buscar ayuda, hacer sugerencias, analizar necesidades, valorar productos y servicios, y compartir experiencias”. Esto evidencia el potencial de Twitter como espacio de interacción social y de comunicación estratégica.

El 29 de junio de 2011 se lanzó el nuevo portal del Vaticano, news.va., lo que representó un avance significativo en la incursión de la Santa Sede en el ámbito de la comunicación digital. Este portal integraba el uso de plataformas 2.0, como Twitter, Facebook y YouTube, ampliando la presencia institucional en el ecosiste-

⁷ ALFREDO A. RODRÍGUEZ GÓMEZ, *La diplomacia pública española desde 1939 a 2012. Comunicación, imagen y marca España*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid 2014, 65.

⁸ *Ibid.*, 33.

⁹ *Ibid.*, 55.

¹⁰ *Ibid.*, 24.

¹¹ J. J. FLORES, J. J. MORÁN Y J. J. RODRÍGUEZ VILA, “Las redes sociales”: *Enlace Virtual. Edición N° 1, octubre 2009. Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica – UVA*. Universidad de San Martín de Porres – USMP. http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/inf_o69/sociales.pdf

¹² J.A. LÓPEZ JORRÍN, C. VACCHIANO, “Marca España: Una visión Institucional”: *Comillas Journal of International Relations* 1 (2014) 18.

¹³ A. HUERTAS, “La comunicación de los destinos turísticos y sus marcas a través de los medios sociales”: https://www.researchgate.net/publication/304239137_La_comunicacion_de_los_destinos_turisticos_y_sus_marcas_a_traves_de_los_medios_sociales

ma digital. En 2012, el Estado Vaticano creó la cuenta @Pontifex_es, ofreciendo al público la oportunidad de leer el primer “tuit” de un Papa. Según Pérez-Latre, este hecho constituye “otro ejemplo del creciente valor de la comunicación en este sector, del interés de la religión para los medios, y de las oportunidades que brinda la comunicación digital”¹⁴.

3. Muestra de tweets y comentarios ciudadanos más relevantes

Para realizar un estudio empírico de los *tweets* del papa Francisco hemos querido ceñirnos a un periodo litúrgico concreto y significativo, que abarca los tiempos fuertes de Adviento y Navidad, extendiéndose hasta la fiesta de la Purificación de la Virgen María, comprendido entre el 17 de noviembre y el 2 de febrero. La liturgia marca el ritmo del año eclesiástico, aportando un tono particular a los mensajes y acentos comunicativos del Papa. Esta selección temporal permitirá realizar un análisis comparable durante los periodos de Cuaresma y Pascua, observando así las diferencias y matices en los mensajes difundidos por Twitter. Durante este periodo, marcado por el Adviento, tiempo de conversión y esperanza, y la Navidad, celebración del nacimiento del Hijo de Dios como niño en Belén, la interpelación personal y la ternura emergen como elementos centrales de la comunicación del pontífice. A lo largo de estas fechas también se producen viajes, encuentros y otras actividades pastorales, que motivan algunos mensajes; sin embargo, el contenido principal se rige por objetivos trascendentales y no únicamente coyunturales.

Para enriquecer este análisis, se han incorporado reacciones de los usuarios a los *tweets*, *dado que* la comunicación no se limita a lo emitido si no a la reacción que provoca. De los 169 *tweets* publicados durante el periodo seleccionado, se han escogido 11 mensajes representativos, junto con 23 comentarios de entre los miles recibidos, seleccionados por su relevancia y contenido significativo.

1) Tweet de 25 de noviembre de 2022:

“Ejercer violencia contra una mujer o explotarla no es un simple delito, es un crimen que destruye la armonía, la poesía y la belleza que Dios quiso dar al mundo.”

Comentarios:

- “Papa adorado, la belleza y armonía es extra. Las mujeres somos seres humanos”.

¹⁴ F.J. PÉREZ-LATRE, “Los medios y la religión en el contexto de la nueva evangelización”: *Scripta Theologica* 44 (2012) 170.

- “¡Amén! Nuestra Confianza y Esperanza están siempre en ti, Señor Jesús. Señor Jesús, ten piedad de nosotros, bendícenos, sánanos. Gracias, Pontífice Papa Francisco”.

2) *Tweet de 29 de noviembre de 2022:*

“Dios se esconde en las situaciones comunes de nuestra vida. No viene con eventos extraordinarios, sino con las cosas de todos los días: el trabajo cotidiano, un encuentro casual, una persona necesitada... Abi está el Señor que nos llama e inspira nuestras acciones. #Adviento”

Comentarios:

- “Amen. Esforzarnos para convivir y vivir con agradecimiento, alegría, amor, esperanza, fe, humildad, inteligencia, optimismo, orden, organización, paciencia, prudencia, respeto, responsabilidad, sabiduría, salud, tolerancia y unión. Dios con nosotros”.
- “Me pregunto qué postura tomar cuando nos traicionan en medio de un acto sincero como es el *Ayudar al necesitado*, robándonos o mintiéndonos”.

3) *Tweet de 4 diciembre de 2022:*

“En el #EvangeliodeHoy (Mt 3,1-12), Juan el Bautista dice: “Produzcan el fruto de una sincera conversión”. Es un grito de amor, como el de un padre que ve a su hijo arruinarse y le dice: “¡No desperdicies tu vida!”. #Adviento”

Comentarios:

- “Adviento... También es de María Inmaculada Madre y Reina Señora de todos los pueblos, Virgen antes, durante y después del parto. Sin María no tendremos fuerzas para combatir a los satanistas masones y comunistas que hoy infiltran la Santa Iglesia Católica Apostólica. ¡Por María!”
- “Bergoglio cómplice de la violación de derechos humanos en Cuba, Venezuela y Nicaragua. Viejo comunista satanás te espera en el infierno junto a tus amigos Hitler, Stalin, Mussolini y Hebe Bonafini. Viejo comunista”.
- “La biblia es para los pobres. Los políticos no la leen. Se roban todo, las iglesias no pagan impuestos, a los trabajadores los matan con los impuestos. Todo es impuestos. Pero bueno es fácil predicar. Hay cada vez más políticos millonarios que destruyen países”.

4) *Tweet de 10 de diciembre de 2022:*

“Tutelar la dignidad humana de los más débiles afirmando sus derechos contribuye a hacer que crezca la fraternidad humana y a salvaguardar la imagen de Dios impresa en cada persona. #StandUp4HumanRights #HumanRightsDay”

Comentarios:

- “Es así querido santo padre. Sigamos rezando por el papa Francisco y por los más miserables del mundo”.
- “Sea alabado Jesucristo. Señor Jesús, ten piedad de nosotros y de todos los derechos humanos. Amén”.

5) *Tweet de 11 diciembre de 2022:*

“Os invito a rezar, delante del pesebre, para que la Navidad del Señor lleve un rayo de paz a los niños del mundo entero, especialmente a los que están obligados a vivir los días terribles y oscuros de la guerra.”

Comentarios:

- “Con mucho respeto. Si no se hace delante del pesebre. No llega el rayo de luz y esperanza. Hasta donde yo sé, Jesús dijo “levanta una piedra y ahí estaré”. Creo que para hablar con Dios no es necesario ir a templos, cultos, etc. Dios te habita. Mil gracias”.
- “Gracias Papa Francisco por esta santa manera de orar contigo, en el Nombre de Jesús oramos, Amén”.

6) *Tweet de 12 de diciembre de 2022:*

“Este momento difícil es también un tiempo de salvación, en el que el Señor, a través de la Virgen María, sigue dándonos a su Hijo, que nos llama a la fraternidad, a dejar de lado el egoísmo, la indiferencia y el antagonismo, y a hacernos cargo los unos de los otros.”

Comentarios:

- “Error Jorge, nunca ha usado Dios a la virgen María como un medio; para eso ha levantado apóstoles. Y en este tiempo sigue Dios en uso de su absoluta voluntad con su apóstol en este tiempo”.
- “Somos manada de Dios. Todas las manadas se protegen. Y crecen. Luz a Dios. Gracias Pontífice. Por tu labor de pastor nuestro. También eres humano. Gracias”.

7) *Tweet de 24 de diciembre de 2022:*

“Jesús nos pide que vayamos a la verdad desnuda de las cosas, que depositemos a los pies del pesebre las excusas, las justificaciones y las hipocresías. Él, que con ternura fue envuelto en pañales por María, quiere que nos revistamos de amor.”

Comentarios:

- “Lástima que la Iglesia no procure que se sepa la verdad sobre tanto delincuente que encubre”.
- “Que El Niño Jesús, nazca en cada uno de quienes lean este mensaje. Bendiciones”.

8) *Tweet de 8 de enero de 2023:*

“No olvidemos a nuestros hermanos y hermanas ucranianos. Hoy, viendo a la Virgen llevando al Niño a la cuna, lactándolo, pienso en las madres de las víctimas de la guerra, en los soldados caídos en esta guerra en Ucrania.”

Comentarios:

- “¡Que triste ver en plena guerra madres con sus bebés, en medio del miedo la zozobra todo originado por el mismo hombre! ¿Hasta cuándo vamos a razonar sin el corazón? Entre nosotros nos hacemos daño. ¡Todo el planeta debe pedir perdón a Nuestro Dios Creador; se ladee una micra la tierra hacia Dios!”.
- “Cuánta esperanza teníamos contigo papa Juan Pablo; ya hubieras intercedido. Bla bla bla”.

9) *Tweet de 10 de enero de 2023:*

“La firma de la #RomeCall for #AIEthics por parte de católicos, hebreos y musulmanes es un signo de esperanza. Las religiones acompañan a la humanidad en el desarrollo de una tecnología centrada en el hombre gracias a la reflexión ética compartida sobre el uso de los algoritmos.”

Comentarios:

- “Uso de algoritmos y tecnología humana, me suenan esas palabras a que aceptan que estamos en una simulación y que nada, nada es tan real como pensa-

mos. Entonces, la religión no es la clave, si no la espiritualidad”.

- “Al dejar de centrarnos en nosotros mismos, dejamos actuar al Espíritu del Señor que se comunica con nosotros de manera constante, en todo lo que nos rodea, naturaleza que espera, nos habla, muestra el Amor, enseña, Es parte también del Espíritu se ha hecho esclavo para liberarnos”.
- “La firma de la #RomeCall for #AIethics por parte de católicos, hebreos y musulmanes es un signo de esperanza. Las religiones acompañan a la humanidad en el desarrollo de una tecnología centrada en el hombre gracias a la reflexión ética compartida sobre el uso de los algoritmos”.

10) *Tweet de 1 de febrero de 2023:*

“A todos los que manejan los hilos de la guerra en la #RepúblicaDemocrática del Congo, les pido: Escuchen la voz de Dios, que les llama a la conversión. Pongan fin a la guerra. ¡Basta de enriquecerse a costa de los más débiles, con recursos y dinero manchados de sangre; #ViajeApostólico.”

Comentarios:

- “Que Dios ilumine a los que hacen la guerra, para que sea terminada y bendiga a quienes sufren sus consecuencias”.
- “Y a quienes manejan la guerra, ¿qué les importa un señor vestido de blanco, de una fe que ellos consideran hostil, y que pide que paren la guerra? No haga Vuestra Santidad el primo. Consuele a Venezuela, Nicaragua y Cuba. Clame por la cristianofobia en China y la propia África”.

11) *Tweet de 2 de febrero de 2023:*

“Hemos sido llamados a ofrecer la vida por los hermanos y las hermanas, llevándolos a Jesús, el único que cura las heridas del corazón.”

Comentarios:

- “El temor a perderme me ha acompañado siempre y a día de hoy soy consciente de la obra. Por la paz, el estado de derecho y la fraternidad espiritual”.
- “Jueves EUCARÍSTICO. Jueves 2 de febrero. Fiesta de la Virgen de la Candelaria. Presentación del NIÑO DIOS EN EL TEMPLO. Vamos a Misa. Comulguemos de rodillas y en la boca. Adoremos al REY. Llevemos una flor para ELLA. Llevemos velas para ser bendecidas. Las vamos a necesitar”.

- “Sí, cuando aceptamos a Jesús como nuestro salvador personal él nos manda a predicar el evangelio de la salvación, pero lo ustedes han hecho es tremendo negocio con la religión”.

Valgan estos *tweets* con los comentarios (tan variopintos) para acercarnos a la realidad de la comunicación y de la recepción de los mensajes del papa Francisco. Uno de los rasgos más significativos y ambiguos de las redes sociales es su inagotabilidad y cualquier intento de exhaustividad será en vano.

4. Claves de la comunicación en Twitter del Papa Francisco

El objetivo fundamental de muchos de los mensajes en la red social *twitter* del papa es el de mover nuestra conciencia, conmover nuestro corazón con la pobreza de nuestros hermanos y desde la llamada a lo más profundo de nosotros mismos. En *Fratelli Tutti* dice el papa que la realidad profunda de la persona se dirime en su “esencia fraterna”¹⁵, que es el dinamismo que acoge y en el que estamos llamados a desarrollar toda nuestra realidad. Esta fraternidad es, a la vez, el último fundamento de nuestra dimensión de ser pueblo. El papa nos invita a ser como el buen samaritano de la parábola del evangelio de San Lucas (Lc 10): Tener “el deseo gratuito, puro y simple de querer ser pueblo, de ser constantes e incansables en la labor de incluir, de integrar, de levantar al caído”¹⁶. Alentar la verdadera esencia fraterna de la persona y la solidaridad en camino de los pueblos es el objetivo del *twitter* del papa Francisco. Esto se concreta en diversas claves.

1) Una de las claves del *twitter* del papa Francisco es la diplomática. En esta clave cabe reseñar que el papa quiere recordar y poner en el centro de su red social los conflictos olvidados; los que, a pesar de hacer sufrir al pueblo pobre, como el del corredor de Lachín, o la guerra civil de Sudán del Sur, o la violencia en el Congo, quedan marginados de los grandes medios de comunicación y de las agendas políticas internacionales dado que no afectan a la seguridad de los países poderosos. Sus mensajes tienen, también en este aspecto, poner a los más pobres en el centro de las preocupaciones de la Iglesia. En estos *tweets* el papa, normalmente, no señala culpables; su intención es la de mover conciencia mostrando la realidad lacerante de las personas que sufren en contraste con el horizonte de un mundo más fraterno.

2) Otra clave importante de sus *tweets* es la categoría de “encuentro” en la relación entre las personas y en la relación con Dios. Un encuentro que supone dejar cada uno su mundo y acoger la perspectiva del otro, asumir los intereses del otro, vivir en el deseo de plenitud más allá del cumplimiento de nuestras expectativas. Esta clave del

¹⁵ PAPA FRANCISCO, *Fratelli tutti*, 77.

¹⁶ *Ibid.*

encuentro tiene gran importancia ética y teológica: El *tweet* del 10 de diciembre conecta la fraternidad al concepto de derechos humanos; y el *tweet* del 12 de diciembre muestra que es la filiación divina y la relación con el Hijo de Dios lo que fundamenta la experiencia de fraternidad. Los conceptos más importantes, tanto del ámbito de lo político como del ámbito teológico, se relacionan en esta clave del “encuentro”.

Esta categoría de encuentro concreta dinámicamente el ámbito de realidad de la fraternidad y la dignidad humana. Son los seres con dignidad y conciencia los que pueden abrirse al encuentro para formar fraternidad. “La esencia fraterna de la condición humana, la constitución de la humanidad de la persona desde la interpelación del otro débil y sufriente, la necesidad de trascender nuestros límites culturales para vivir humanamente, la interpelación trascendente que se nos plantea en la inmanencia de quien sufre”¹⁷ son temas recurrentes en el magisterio social del papa Francisco.

3) Una tercera clave de los *tweets* del papa es la sorpresa estética de sus palabras. Para despertar el deseo de una nueva manera de vivir como las personas buscan muchas veces una llamada de atención sensible, interpelante, un “golpe estético” que se centra en la ternura, en la contraposición de la pequeñez de lo verdaderamente humano y la terrible destrucción de lo inhumano que nos hace de cubrir “la belleza de lo que contemplo de quien contemplo, hace que lo reconozca como interlocutor no dependiente de mí”¹⁸.

En esta clave estética la razón se une con los sentimientos; y el papa apela a nuestra conciencia con el impacto que la realidad de las personas, cuando se mira de frente, provoca en nosotros. Ese impacto estético busca provocar un deseo profundo de paz y de ternura. Por ejemplo el *tweet* del 8 de enero nos evoca a una madre lactando a su hijo y las familias sufriendo los bombardeos de la guerra; el *tweet* del 25 de noviembre apunta que la violencia contra la mujer rompe la armonía y la belleza de toda la realidad, conectando el terrible drama de una persona en debilidad con la hermosura en la que Dios quiso que se desarrollara nuestras vidas; el *tweet* del 11 de diciembre aludiendo a la luz de la Navidad pide “un rayo de paz para los niños del mundo entero” ya que muchos viven en situaciones de tinieblas y oscuridad.

Esta clave estética, que busca impactar en los sentimientos desde la verdad, está presente en la mayoría de sus mensajes de *twitter*, y no es un mero recurso estilístico; de hecho, Hans Urs von Balthasar, teólogo suizo muy valorado por el papa Francisco, buscaba perfilar la experiencia religiosa como una experiencia estética en la belleza del amor. “La percepción de la fe -dice el teólogo-, en cuanto acto de encuentro de todo el hombre, no sólo incluye necesariamente la sensibilidad, sino que la acentúa”¹⁹; se trata de cómo desde la sensibilidad, y no fuera de ella, el hombre reconoce en sí la presencia objetiva del Dios de la Revelación, mostrándose misericordioso con el que sufre. El papa apunta a que “la actitud contemplativa nos devuelve a una perspectiva en la que no reducimos

¹⁷ J.J. CATELLÓN, “Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación”: *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS* 4(10) (2015) 106.

¹⁸ *Ibid.*, 172.

¹⁹ H. U. VON BALTHASAR, *Gloria. Una estética teológica. I: La percepción de la forma*, Encuentro, Madrid 1985, 323.

la realidad a objeto de mi posesión, de mi dominio, de mis intereses o de mi disfrute”²⁰.

4) Otra clave que el papa quiere pulsar en sus *tweets* es la necesidad que tenemos de afrontar personal y conscientemente nuestra vida. Podemos estar demasiado metidos en nuestra rutina, en nuestras preocupaciones cotidianas, en lo que envuelve nuestra existencia, y podemos estar dejando de lado el cuestionamiento sobre la verdad de quiénes vamos llegando a ser; necesitamos preguntarnos sobre la autenticidad de nuestra manera de vivir como personas; si no lo hacemos así iremos olvidando el dinamismo que nos hace seres libres y responsables. “No desperdicies tu vida”, dice el 4 de diciembre; y el 24 de diciembre nos pide que vayamos “a la verdad desnuda de las cosas, dejando a los pies del pesebre nuestras excusas y autojustificaciones”.

5) Una quinta clave de los mensajes de la red social del papa es la acogida amable y crítica a la vez de todo desarrollo científico y técnico. Un ejemplo de esto es el mensaje del 10 de enero, en el que felicita la firma por parte de católicos, hebreos y musulmanes de una reflexión ética compartida sobre el uso de los algoritmos. (#RomeCall for #AIEthics). Los algoritmos que manejan los “big data” de las redes sociales definen, en gran parte, la imagen del mundo que recibimos en ellas; por tanto, son un asunto de primera importancia moral y su impacto en el ámbito social.

6) La última clave que señalamos de estos *tweets* se centra en la reacción de los otros usuarios de la red social. Cabe destacar los miles de comentarios realizados por los ciudadanos que consideraron hacer manifestaciones en torno a los mensajes emitidos por Francisco, los hay de diversa índole y magnitud, de todo tipo y de diferentes perfiles: cristianos, ateos, musulmanes, testigos de Jehová, de diversas orientaciones políticas, etc. Y con diversos sesgos: De apoyo incondicional, de crítica e incluso de odio visceral.

Es una realidad de la Iglesia actual adaptarse a los nuevos medios y entornos sociales, dado que es una de sus inquietudes el estar cerca de su comunidad y de todas las personas conforman la Iglesia. El mundo digital ha sido uno de los protagonistas de estas inquietudes; esto puede verse en el tema de los algoritmos, como expresa el papa en el *tweet* de 10 de enero, en el que señala que “las religiones acompañan a la humanidad en el desarrollo de una tecnología centrada en el hombre gracias a la reflexión ética compartida sobre el uso de los algoritmos”. Esta afirmación expresa una aceptación a los nuevos entornos digitales y de forma conjunta una adaptación al pensamiento crítico propio de las ciencias actuales y ¿por qué no? A los temores o peligros que pueden acarrear en un uso o interpretación desproporcionados de *Internet*. Muchos de los comentarios a los *tweets* son de acogida afable; pero, existen numerosos casos de comentarios rodeados de odio como el de una persona el 24 de diciembre en respuesta *tweet* escrito por el papa que expresa que: “Lástima que la Iglesia no procure que se sepa la verdad sobre tanto delincuente que encubre” entre otros muchos de tono grave e hiriente. La incursión del papa en esta red social conlleva una aceptación de la libertad de expresión en su más amplia versión y crítica realización. No cabe duda de que mucho de los estigmas que acompañan a la Iglesia actual son dolorosos, como se refleja en alguno de los comentarios, que hacen en ocasiones, por así decir, que hacen que tiemblen los

²⁰ J.J. CATELLÓN, “Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación”, 172.

cimientos de la Iglesia dada su gravedad; que sea posible expresarlos en esta red social puede servir, incluso, de catarsis. El mensaje cristiano está cargado de espiritualidad y de Amor y debe de llegar a la mente y el corazón de las personas, pero a veces “el corazón del hombre es como la piedra de un río, se mantiene mojada por fuera, pero se mantiene seca por dentro”; la red social *Twitter* para la Iglesia puede ser algo así, es un entorno digital y frío, pero realizado por hombres y mujeres cuya misión es la de llegar al corazón de las personas inclusive también a través de estos medios actuales.

El trabajo de sensibilización, evangelización e interpelación en la red social está enmarcado en el contexto más amplio del uso de las redes sociales. Este es el centro de interés del último punto de nuestro trabajo.

5. El uso de redes como medio de intervención evangelizadora, sensibilizadora e interpelante

5.1. Las redes de comunicación social como herramienta evangelizadora

Entre los retos del S. XXI por parte de numerosos organismos, se encuentra la adaptación de sus instituciones al universo Internet y el ámbito digital, la Iglesia Católica no ha sido una excepción y se enfrenta a un contexto de nueva evangelización con los medios digitales como protagonistas “que lleva consigo nuevos medios y lenguajes que sirvan para la transmisión adecuada de la fe, y ayuden a difundirla en el contexto cultural del siglo XXI, marcado por la prevalencia de la imagen y la comunicación digital”²¹. Este nuevo contexto fue puesto por el Estado Vaticano en común en octubre de 2012 convocando “la Asamblea General del Sínodo de los Obispos, que tratará el tema de La nueva evangelización para la transmisión de la fe cristiana”²², aunque fue un tema tratado con anterioridad en septiembre de 2010 con la creación por parte del papa del “Consejo Pontificio para la Promoción de la Nueva Evangelización”²³. Anteriormente ya Juan Pablo II había abordado el tema de la adaptación de la Iglesia al nuevo contexto y afirmaba que “no consideraba los medios como rivales, sino como aliados”²⁴, con ello Juan Pablo II fue “uno de los que ha demostrado que la comunicación más eficaz es la que se basa en ideas que pueden cambiar el mundo”²⁵, dado que sustentó que la “eficacia de su comunicación se basaba en qué decía, no en cómo lo decía”²⁶ y con “una sola estrategia de comunicación: Decir la verdad”²⁷.

Juan Pablo II fue el primer papa que tuvo que enfrentarse al reto de la digitalización y se enfrentaba a la tarea de “presentar el mensaje cristiano a la cultura contem-

²¹ F.J. PÉREZ-LATRE, “Los medios y la religión en el contexto de la nueva evangelización”, 170.

²² *Ibid.*, 170.

²³ *Ibid.*, 170.

²⁴ *Ibid.*, 171.

²⁵ *Ibid.*, 171.

²⁶ *Ibid.*, 171.

²⁷ *Ibid.*, 171.

poránea, que funciona como si Dios no existiera”²⁸ con la indiscutible misión de que las nuevas tecnologías fueran “poderosos altavoces de su mensaje”²⁹. Benedicto XVI se encomendó a la tarea de continuar con los retos tecnológicos dentro del Cristianismo y en *Caritas in Veritate* lo aborda en la misma temática: “Los medios pueden ofrecer una valiosa ayuda al aumento de la comunión en la familia humana”³⁰. A partir de este momento la adaptación comunicativa de la Iglesia a las tecnologías no se plantean como un reto, si no como una realidad y considerando que son herramientas con un gran potencial para la transmisión de la Fe. Por, consiguiente, la Iglesia comunica a través de los nuevos medios y se ve obligada a “aportar visión y esperanza, lograr que las personas se comprometan y den su vida, en este caso lograr que la fe vuelva a vivirse y Dios esté presente”³¹.

Una vez superados los retos de la Iglesia sobre la adaptación a las nuevas tecnologías y el entorno *Internet*, ha surgido otro elemento que relaciona a la comunicación y la tecnología y que también debe ser susceptible de utilizarla como herramienta evangelizadora: Son las Redes Sociales (RRSS), ya no se trata de “de nuevos lenguajes escritos, sino de imágenes, vídeos, presentaciones multimedia y entornos de interacción”³² y el “mensaje cristiano debe saber involucrarse en estos nuevos lenguajes, para poder llegar a aquellos que desconocen la Palabra de Cristo”³³ con el deber de “valerse de este mecanismo para comunicar el mensaje de salvación a todas las naciones”³⁴. La naturaleza interactiva entre individuos en las redes hace que se pueda crear un “un espacio donde se promueva el intercambio de experiencias y de informaciones que intensifiquen las experiencias de las prácticas de evangelización a través de acompañamientos y orientaciones”³⁵ y que “nos permita dar mejor testimonio de nuestra vida, fe y alegría, la confianza que genera el evangelizador en el evangelizado a través de su propio testimonio de vida”³⁶. A través de la comunidad de redes “se debe dar testimonio de que el mensaje de Jesucristo sigue siendo válido en pleno siglo XXI, analizando los hechos, averiguando nuevos datos, compartiendo el mensaje de Dios, buscamos encontrar y mostrar las huellas del amor de Dios a los hombres y mujeres de hoy”³⁷.

La aportación del papa Francisco en este sentido ha continuado la labor de Juan Pablo II y de Benedicto XVI, dándole quizás un acento de más cercanía y accesibilidad. Su orientación y su modo de expresión más sencillo y popular hacen que la red de *twitter* le ofrezca posibilidades importantes de comunicación. Los *tweets* del papa buscan

²⁸ *Ibid.*, 171.

²⁹ *Ibid.*, 171.

³⁰ BENEDICTO XVI, *Caritas in veritate*, 73.

³¹ F.J. PÉREZ-LATRE, “Los medios y la religión en el contexto de la nueva evangelización”, 172.

³² A.R. VILLALBA SÁNCHEZ & E. ZAMBRANO BALLÉN, *Los medios de comunicación social como herramientas de evangelización en la era digital*, Trabajo de Grado, Pontificia Universidad Javeriana, 2019, 19.

³³ *Ibid.*, 19.

³⁴ *Ibid.*, 19.

³⁵ L.S. MARLASCA, “Estrategias para evangelizar usando las redes sociales”: *Ecclesia* 31 (2017) 375.

³⁶ *Ibid.*, 375.

³⁷ *Ibid.*, 375.

dar testimonio de la preocupación y la vida evangélica de toda la Iglesia.

5.2. *Las redes de comunicación social como herramienta sensibilizadora*

Parte de los deberes de la Iglesia es la transmisión de sensibilidad y cercanía al prójimo, es algo que identifica a la Iglesia en el mundo y “a la mirada cristiana no sólo y no tanto de la Iglesia hacia sí misma, sino de la Iglesia en medio de los avatares del día a día, de la actualidad en su conjunto, de los acontecimientos sociales, políticos, culturales, humanos en definitiva”³⁸, ya que el mensaje de Cristo así lo determina y así lo comunicó a través de sus discípulos y éstos mediante las escrituras.

Las nuevas formas de comunicación además de su uso evangelizador, debe de centrar por tanto sus mensajes con un contenido sensible y cercano “podemos estar seguros de que ni la Iglesia en la era contemporánea ni un ámbito específico de su misión, la de la proposición de su magisterio, han dejado de interesarse, y hasta de apasionarse, con el fenómeno del surgimiento, desarrollo y protagonismo social y cultural de la comunicación social”³⁹.

Los *tweets* del papa Francisco pueden verse, como proponía algún autor: “Una ventana abierta a una mirada amorosa de la Iglesia al hombre como comunicador y a la humanidad en sus logros e inquietudes humanas”⁴⁰ de la civilización actual. Ya Juan Pablo II durante su magisterio y como primer papa que comenzó a contemplar a las nuevas tecnologías en sus mensajes los transmitió desde cuatro conceptos preestablecidos: “Dignidad humana, de verdad, de solidaridad, y de nueva evangelización”⁴¹. Por tanto, se debe de promover mediante las nuevas herramientas de medios una “cultura comunicacional basada en sólidos valores humanos”⁴² para “la protección de los más indefensos, o los requisitos de la caridad”⁴³ adaptadas a las sociedades actuales. Lo que en los años del pontificado de Benedicto XVI se marcaba como un reto a asumir, se ha concretado en Francisco I en un esfuerzo cotidiano por estar presente de manera sensibilizadora en la red social *Twitter*.

5.3. *Comunicación como herramienta interpelante*

La Iglesia debe de hacerse preguntas continuamente si quiere estar presente y cercana a la comunidad, además de que en su esencia está la continua búsqueda de la Verdad y de dar respuesta a las personas, en todos sus ámbitos: Vida, fe, esperanza, guerras, paz, pobreza o abundancia. Uno de los continuos grandes retos a los que se enfrenta la Iglesia desde sus comienzos es la continua adaptación a los entornos históricos

³⁸ M.M. BRU ALONSO, *Un nuevo areópago para la evangelización: Síntesis del magisterio pontificio sobre los medios de comunicación social*, Serie Papeles de información religiosa CEU Ediciones, Madrid 2008, 5

³⁹ *Ibid.*, 5

⁴⁰ *Ibid.*, 5.

⁴¹ *Ibid.*, 28.

⁴² *Ibid.*, 31.

⁴³ *Ibid.*, 31.

y sociales propios de cada época desde sus inicios, del mismo tenido que adaptar sus mensajes a los grandes cambios sociales producidos a los que ha sido contemporánea según la época. Uno de esos grandes cambios o si no de los que más repercusión ha tenido dado por su naturaleza de rapidez evolutiva, ha sido el informático-tecnológico unido a *Internet* y a la correspondiente expansión de herramientas comunicativas como las RRSS.

Tal y como se aborda a lo largo del presente apartado la relación: Evangelio – Iglesia – comunicación – tecnología, abre numerosos debates, otro debate surgido es el del poder de los nuevos medios como *Internet* de llegar a prácticamente a la totalidad de las personas y países del mundo, esta característica mediática la convierte en la herramienta de interpelación muy adecuada por su alto poder de persuasión y alcance, pero es importante “no confundir la acción evangelizadora con mercado de bienes religiosos, con la competencia religiosa, con el aumento de fieles, con búsqueda de rating, o con evangelizadores estrellas de la pantalla o de la red”⁴⁴.

Si se pretende analizar la evangelización desde el punto de vista de la comunicación, y con el mensaje de Cristo como protagonista, no podemos obviar un elemento fundamental en el proceso comunicativo, el Canal del mensaje. Para los cristianos obviamente ese canal es el espíritu y el mensaje principal el Amor de Cristo, y ahora se nos plantea otra cuestión, ¿es *Internet* un medio adecuado para entender el mensaje que pretende transmitir la Iglesia? El papa Francisco en 2014 en su mensaje “Comunicación al Servicio de una auténtica cultura del encuentro” invita a la comunidad a “no tener miedo de convertirse en ciudadanos del mundo digital pues el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación como las redes sociales o *Internet* es legítimo, pero advierte que hay algunos peligros como la exclusión y la manipulación”⁴⁵ o como se ha citado anteriormente los algoritmos. Por tanto, no se puede caer en ese pseudo - error, de otro modo la propia Iglesia esta susceptible de caer en manos de esas redes, cuando lo verdaderamente importante son las personas, sus sentimientos y entender el mensaje de Amor a y de Cristo y a su obra.

6. Interrogantes a la hora de la conclusión

El uso de las RRSS por parte de la Iglesia y en concreto del papa está siendo muy importante. Y supone un reto grande el adaptar algo tan antiguo, como puede ser el mensaje de los Apóstoles del S.I, a un medio tan moderno, evolutivo y contemporáneo. Además, las RRSS son susceptibles de cambiar estructuralmente en cuestión de días. Esta acción comunicacional, social y tecnológica plantea numerosas preguntas. “¿Qué pensaría si San Pablo y los discípulos vivieran en esta época? ¿Cómo aprovecharían todos los medios de comunicación como lo hicieran en su época, escribiendo a las Iglesias sin cesar, predicando en las plazas públicas, recorriendo caminos, exponiendo su vida para llevar el mensaje de salvación?”⁴⁶. La Iglesia para continuar llegando a las

⁴⁴ C. ARBOLEDA MORA, “Evangelizar la cibercultura: Los retos de la ciberteología”: *Veritas* 38 (2017) 177.

⁴⁵ *Ibid.*, 167.

⁴⁶ A.R. VILLALBA SÁNCHEZ & E. ZAMBRANO BALLÉN, *Los medios de comunicación social como herramientas de*

personas necesita comunicar; en lo persuasivo de sus mensajes se encuentran los principios de “la misión evangelizadora de la Iglesia Católica en el Siglo XXI; la denominada sociedad de la información y del conocimiento demanda decisiones de fondo y asertivas en la apropiación y uso de las TIC, dominantes hoy en el mundo”⁴⁷.

Por tanto, las cuestiones de “¿cómo debe la Iglesia o las Iglesias responder a la nueva cultura virtual o cibercultura?, ¿cómo se reflexiona teológicamente sobre la cibercultura?, ¿cómo puede la iglesia usar el ciberespacio para hacer teología y evangelización?, ¿qué se está haciendo en este campo de la ciberteología?”⁴⁸ siguen presentes y son objeto de continuos debates, ya que es tarea de la Iglesia a través del nuevo entorno comunicativo resolver los “problemas graves desde la fe”⁴⁹, y transmitir el evangelio en “una nueva manera de vivir, sentir, experimentar y comunicar los grandes problemas (pobreza, exclusión, violación de derechos, etc.”⁵⁰.

La Iglesia ya ha adoptado las medidas para adaptar su entorno a Internet, pero se enfrenta a un gran reto, que no es el de propiciar un entorno seguro y estable, si no el que afronta desde los inicios y que es la esencia de su existencia: Que el mensaje de Jesucristo llegue a los corazones y al espíritu de las personas. Internet es un ámbito frío, sin vida, funciona a base de energía y de la proactividad de las personas; por otro lado nos encontramos a la Iglesia, edificios imponentes, arte de valores incalculables, cientos de personas involucradas cerca de la comunidad; no cabe duda de que si la Iglesia pretende transmitir su mensaje desde una perspectiva digital, debe de identificar y asumir de forma clara el posicionamiento, la forma, la estrategia, el contenido de sus mensajes y las acciones; ya que “las relaciones mediadas electrónicamente nunca pueden tomar el lugar del contacto humano directo que requiere la evangelización”⁵¹ (Juan Pablo II, 2002). Esta afirmación nos plantea otras preguntas: ¿puede Internet y sus redes ser continentes (canales) de este mensaje?, ¿puede llegar este mensaje de forma clara?

Hay un aspecto interesante de la comunicación digital, la red es una gran herramienta “para colocar su mensaje como repositorios y bases de datos”⁵², aprovechando su gran capacidad “de almacenamiento de la red para tener a la mano todos los documentos, mensajes y productos literarios de la iglesia”⁵³ y transformándola en “una biblioteca tradicional pero digitalizada con material para formación, investigación y memoria”⁵⁴. Además, las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) sirve a la Iglesia y a la Institución como herramienta informativa ya que le permite “transmitir mensajes,

evangelización en la era digital, 14.

⁴⁷ P.F.L.A. FRANCO, *Evangelizar en el Siglo XXI: Retos en el uso y apropiación de las TIC en la Iglesia Católica*, 1.

⁴⁸ C. ARBOLEDA MORA, “Evangelizar la cibercultura: Los retos de la ciberteología”, 165.

⁴⁹ *Ibid.*, 163.

⁵⁰ *Ibid.*, 164.

⁵¹ *Ibid.*, 166.

⁵² *Ibid.*, 167.

⁵³ *Ibid.*, 167.

⁵⁴ *Ibid.*, 167.

hacer cursos de formación o catequesis, de comunicar noticias, eventos y actividades”⁵⁵ fundamental hoy en día para las “labores burocráticas de las instituciones eclesíásticas tales como expedición de documentos, información de agendas y horarios, avisos de reuniones y retiros”⁵⁶.

El uso de la red plantea el reto de “construir una nueva reflexión teológica, como ciberteología”, así lo plantean algunos autores⁵⁷; quizás sea abusivo, los medios audiovisuales no generaron la necesidad de una “cineteología”; pero ciertamente se plantearán los retos de un nuevo lenguaje en el que expresar y pensar la verdad de fe. Sin duda este tipo de términos y planteamientos están “todavía en modo incipiente”⁵⁸ y son sin lugar a duda los nuevos conceptos a los que debe de enfrentarse la Iglesia para seguir dando respuestas a las cuestiones de la Fe. Sin duda, queda mucho trabajo por hacer y mucho camino por recorrer, entre ellos el de elaborar un plan de comunicación que contemple una estrategia comunicacional que dé respuesta a las demandas ciudadanas en las Redes Sociales y en este caso a twitter. Toca realizar grandes esfuerzos para que el mensaje de Cristo en la Iglesia actual sepa adaptarse a la nueva realidad y dar respuesta a través de los nuevos entornos comunicacionales.

La estrategia comunicacional de la Iglesia debe seguir la senda allanada por el estilo comunicativo del papa Francisco en sus tweets. Un estilo comunicacional que busca la concordia en las situaciones del conflictos; que es claro en la opción por la amistad social y por la verdad en sus mensajes; que busca “tocar” el corazón e iluminar la conciencia de quien accede a ellos a través del lenguaje de la ternura y la interpelación; que sabe que el evangelio no se impone, ni se debe imponer, sino que se propone desde un testimonio humilde y veraz, consciente de los propios límites; con capacidad de pedir perdón cuando se equivoca; acogiendo todo lo verdaderamente humano de las personas, especialmente de los pobres y los que sufren; acogiendo amigablemente también el desarrollo y las nuevas tecnologías; sin buscar la auto-propaganda, ni centrado en la defensa de la propia institución, si no en el anuncio gozoso del Reino; un estilo de comunicación que debe parecerse al de Jesús de Nazaret.

⁵⁵ *Ibid.*, 167.

⁵⁶ *Ibid.*, 167.

⁵⁷ *Ibid.*, 167.

⁵⁸ *Ibid.*, 167.