



Análisis de la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio social en sus mensajes en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023 a través del análisis de contenido

Ana Rosa Prada Prada

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

mayo de 2024

Análisis de la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio social en sus mensajes en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023 a través del análisis de contenido

Ana Rosa Prada Prada

Tesis de Maestría presentado como requisito para optar al título de Magíster en Comunicación,
Desarrollo y Cambios Social

Asesora

María Alejandra Osorio Sánchez MSc

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

mayo de 2024

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mi abuelita Gilma; ella me inculcó la confianza en Dios, la alegría que se experimenta cuando se logra aliviar el dolor del otro y la satisfacción que se siente cuando se trabaja con los demás buscando el bienestar; lo hizo, con sus gestos y palabras, signadas con su solidaridad, su hospitalidad y su preocupación por los otros.

A mi esposo Luis Fernando quien siempre me apoyo y animó continuamente durante todo el proceso de esta investigación, ayudándome a crecer más en mi formación académica y eclesial.

Y, por último, también lo dedico a mi hermano Rafael Laureano, con quien aprendí a ser paciente, tolerante y capaz de esperar en medio de las graves dificultades.

Agradecimientos

En primer lugar, a Dios quien continuamente resucita en nosotros los sentimientos de misericordia, bondad y amor, los cuales nos inclinan a compartir con los demás la lucha por una sociedad más justa.

A sí mismo agradezco a mi familia: mi madre, mi esposo, mis hermanas y tíos maternos quienes, a lo largo de mi existencia, me han animado e incentivado para formarme y prestar el mayor servicio posible.

Igualmente doy gracias a los tutores que en diferentes momentos de este trabajo investigativo me acompañaron: May Ling Carabaño, Noé Pernía y María Alejandra Osorio, quienes con paciencia y desde sus diferentes conocimientos aportaron significativamente en este proceso.

Finalmente, la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, a la Facultad de Ciencias de la Comunicación y a las directivas de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social (CDCS), que a lo largo de estos años de formación me brindaron las herramientas requeridas en el día a día de esta investigación.

Contenido

Lista de tablas	8
Lista de imágenes	9
Lista de anexos	10
Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
CAPÍTULO I	15
1 Planteamiento del problema	15
CAPÍTULO II	20
2 Antecedentes	20
2.1 Comunicación e Iglesia Católica	20
2.2 Desarrollo, cambio social e Iglesia Católica	41
CAPÍTULO III	44
3. Marco teórico.....	44
3.1 Comunicación	44
3.2 Desarrollo.....	47
3.3 Cambio social	49
3.4 Comunicación para el cambio social.....	51
CAPÍTULO IV.....	53
4. Metodología.....	53
CAPÍTULO V	<u>59</u>

5. Resultados	59
5.1 San Pablo VI	60
5.1.1 Comunicación	60
5.1.2 Medios	62
5.1.3 Hombre	65
5.1.4 Social	66
5.1.5 Vida	67
5.1.6 Verdad	68
5.1.7 Bien	69
5.2 San Juan Pablo II	69
5.2.1 Paz	69
5.2.2 Justicia	71
5.2.3 Social	73
5.2.4 Humana	76
5.2.5 Verdad	76
5.2.6 Bien	77
5.3 Benedicto XVI	78
5.3.1 Comunicación	79
5.3.2 Medios	80
5.3.3 Mundo	83
5.3.4 Personas	84
5.3.5 Social	84
5.3.6 Nuevas tecnologías digitales.....	86
5.4 Francisco	87

5.4.1 Personas	87
5.4.2 Verdad	89
5.4.3 Escuchar	91
5.4.4 Historias	92
5.4.5 Bien	93
5.4.6 Comunicar	93
5.4.7 Encuentro	94
CAPÍTULO VI	96
Conclusiones	96
Referencias	1022
Anexos	1144

Lista de tablas

Tabla 1 Número de citas seleccionadas por mensaje y autor	54
Tabla 2 Ejemplo de código de Clasificación	56
Tabla 3 Temas relevantes de cada pontífice	58

Lista de imágenes

Imagen 1 Nube de palabras de San Pablo VI	57
Imagen 2 Nube de palabras de San Juan Pablo II.....	57
Imagen 3 Nube de palabras de Benedicto XVI	58
Imagen 4 Nube de palabras de Francisco	58
Imagen 5 Mapa ramificado Nvivo de la nube de palabras de San Pablo VI	65
Imagen 6 Mapa ramificado Nvivo de la nube de palabras de San Juan Pablo II	71
Imagen 7 Mapa ramificado Nvivo de la nube de palabras de Benedicto XVI	79
Imagen 8 Mapa ramificado Nvivo de la nube de palabras de Francisco	87

Lista de anexos

Anexo N. 1 Tabla de codificación de unidades de registro	113
--	-----

Resumen

La iglesia católica ha reconocido el influjo de los medios masivos y de la comunicación social por lo que ha publicado diferentes documentos pontificios con referencias específicas a la comunicación, uno de ellos fue el Decreto Inter Mirifica, a través del cual, crea las Jornadas Mundiales de Comunicación Social (JMCS), los mensajes papales en estas jornadas han configurado una doctrina social sobre la comunicación y sus medios, reflexionando sobre sus implicaciones educativas, culturales y sociales, y, manifestando el pensamiento de sus autores: San Pablo VI, San Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco, sobre los temas tratados por cada uno de ellos..

El objetivo de este trabajo fue analizar las posturas de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio social en sus mensajes a las JMCS de 1967 a 2023, pasando por la selección y extracción de las 307 citas analizadas, hasta llegar a los resultados y conclusiones por medio del análisis de contenido cualitativo.

Palabras clave: *Comunicación; Iglesia y transformación social; Iglesia y comunicación; Análisis a los mensajes de las jornadas mundiales de la comunicación social.*

Abstract

The Catholic Church has recognized the influence of the mass media and social communication, which is why it has published different pontifical documents with specific references to communication, one of them was the Inter Mirifica Decree, through which it created the World Days of Communication. Social Communication (JMCS), the papal messages in these days have configured a social doctrine on communication and its means, reflecting on its educational, cultural and social implications, and, expressing the thoughts of its authors: Saint Paul VI, Saint John Paul II, Benedict XVI and Francis, on the topics discussed by each of them.

The objective of this work was to analyze the positions of the Popes regarding Communication and Social Change in their messages to the JMCS from 1967 to 2023, going through the selection and extraction of the 307 quotes analyzed, until reaching the results and conclusions. through qualitative content analysis.

Keywords: Communicatio; Ecclesia et transformatio socialis; Ecclesia et communicatio; Analysis nuntiorum mundi dierum communicationis socialis.

Introducción

Buscando vincular en el trabajo de investigación los conocimientos adquiridos por la maestrante en el pregrado en Ciencias Bíblicas, los saberes apropiados en la Maestría en Comunicación Desarrollo y Cambio Social y su contexto religioso, la investigadora focaliza su interés no sólo en el ámbito de la comunicación sino también en el bíblico y eclesial. De ahí que esta investigación se centra en el análisis de los mensajes a las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social (JMCS), los cuales son emitidos de manera anual por el Pontífice a cargo (San Pablo VI, San Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco), quienes reflejan sus posturas y aportes frente a la comunicación social y el uso de los medios desde la Iglesia Católica.

El contenido de este trabajo se presenta en seis capítulos, en el primero de estos contiene el planteamiento del problema, donde se presenta la formulación de la pregunta problema, el objetivo general y los objetivos específicos, así como la pertinencia y justificación del tema.

En el segundo capítulo se encuentran los antecedentes, organizados en dos grupos el primero titulado comunicación e Iglesia Católica y el otro denominado desarrollo, cambio social e Iglesia Católica, en ellos se evidencia gran parte del corpus eclesial respecto a la comunicación.

El marco teórico o tercer capítulo presenta una síntesis conceptual en torno a las categorías de comunicación, desarrollo, cambio social y comunicación para el cambio social, evidenciando parte de la apropiación de conocimiento obtenido durante la maestría.

El cuarto capítulo describe y fundamenta la metodología implementada y cada una de las etapas desarrolladas en el análisis de contenido cualitativo; comenzando por la lectura y apropiación de cada uno de los 57 mensajes a las JMCS, pasando por la selección y extracción de las 307 citas analizadas, hasta llegar a los resultados y conclusiones de la presente investigación.

La descripción y análisis de los temas emergentes de cada uno de los pontífices, se encuentran en el quinto capítulo, el cual evidencia los resultados de la investigación. Por último, el sexto capítulo expone las conclusiones generales resultantes de cada Papa.

CAPÍTULO I

1 Planteamiento del problema

La iglesia católica es una institución de gran representación religiosa y cobertura mediática a nivel mundial, en Latinoamérica y concretamente en Colombia. Esta institución ha reconocido el influjo de los medios masivos y de la comunicación social; por lo que ha asumido tres enfoques pastorales sobre la comunicación: La vigilancia moral, la potencialidad del uso evangelizador de sus instrumentos y la reflexión teológica sobre la comunicación (Bru, 2008).

Los enfoques pastorales hacen alusión a la dirección de la mirada de la Iglesia para abordar y examinar un tema, en este caso el de la comunicación. La vigilancia moral consiste en la valoración que hace de los contenidos respecto a sus enseñanzas y aportes a la cultura y a la dignidad de la persona. Mientras que la potencialidad del uso evangelizador de sus instrumentos remite a la utilización que se les puede dar al servicio de su misión evangelizadora (CELAM, 1986). Y la reflexión teológica alude a considerar la experiencia y la práctica de la comunicación desde la fe.

En consecuencia, desde el siglo XVIII, se pueden hallar encíclicas y otros documentos pontificios con referencias específicas a la comunicación. Los primeros escritos evidencian desconfianza y cautela frente a los medios de comunicación. Para finales del siglo XIX se refleja paralelamente una visión instrumental de estos medios reconociéndolos como recomendados y requeridos para su misión evangelizadora. En el siglo XX se inaugura el primer medio de comunicación propio de la Iglesia Católica, Radio Vaticana, y se desarrolla el Concilio Vaticano II (CVII); y el 24 de noviembre de 1963 se publica el primer documento de este concilio, que corresponde al decreto Inter Mirifica sobre los medios de comunicación, que especifica dos fines de la comunicación social que son: el bien común y el progreso humano-social. Entendiéndose el bien común como “el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno y más fácil de la

propia perfección” (Pontificio Consejo Justicia y Paz, 2005, p. 109). Se refiere al bien de la humanidad, o sea, al bien de todas las personas.

En cuanto al progreso humano-social hace referencia a que “los pueblos salgan del hambre, la miseria, las enfermedades endémicas y el analfabetismo (...) participación de todos en los bienes destinados a todos” (Restrepo, 2011, p.144), así como también a un modelo de desarrollo “humano, integral y solidario. Basado en la lógica del don de la gratuidad, del compartir, de la fraternidad. Es necesario promover iniciativas de consumo ético, comercio justo, producción responsable con el ambiente” (Lozano, 2011, p.166), en otras palabras, al “paso de condiciones de vida menos humanas a condiciones de vida más humanas (Consejo Episcopal Latinoamericano, 2011, p. 992).

Además de establecer estos dos fines, el Decreto Inter Mirifica, crea las Jornadas Mundiales de Comunicación Social (JMCS), las cuales se celebran en algunos países con tres objetivos: formar a las personas frente a las responsabilidades requeridas para el uso de los medios de comunicación, incentivar la oración por esta causa y, aportar económicamente para sostener y fomentar las iniciativas de comunicación social promovidas por la Iglesia (Bru 2008).

A pesar de que los objetivos de estas JMCS son muy particulares a la misión evangelizadora de la Iglesia Católica, los mensajes papales en estas jornadas han configurado una doctrina social sobre la comunicación y sus medios, reflexionando sobre sus implicaciones educativas, culturales y sociales, y, manifestando el pensamiento de sus autores: San Pablo VI, San Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco, y sobre los temas tratados por cada uno de ellos. De esta manera, los mensajes papales en las JMCS reflejan sus posturas y aportes frente a la comunicación social y el uso de los medios.

Es así como, Bru (2008) en los mensajes a la segunda, quinta y sexta JMCS de San Pablo VI, identifica tres fines de la comunicación social: La fraternidad universal, el compromiso solidario y la información de los hechos. Y en esa misma línea, Cartes-Barroso (2017) especifica dos aportes

significativos: De San Juan Pablo II la vinculación del diálogo con la cultura y de Benedicto XVI el incorporar la dimensión antropológica.

Aunque los artículos antes mencionados presentan el recorrido histórico y sintetizan el magisterio pontificio, no hace un estudio exhaustivo ni específico de los mensajes a las JMCS.

Los estudios que abordan exclusivamente mensajes a las JMCS se hallan en dos artículos, el de Cano (2012) que busca aportes referentes al bien, la verdad y la belleza en los mensajes emitidos entre 2006 y 2012, reflexionándolos y aplicándolos a la actividad periodística, y, el de Cartes-Barroso (2015) dedicado únicamente al mensaje correspondiente al año 2014, abordando el concepto de la cultura del encuentro (aquella donde cada uno y todos tienen algo positivo tanto para dar, como para recibir), que es acuñado por el Papa Francisco y finaliza con un decálogo para un periodismo con dignidad.

Los textos de Cartes-Barroso (2017) y Cano (2012) hacen una aproximación a la comunicación de la Iglesia Católica desde un punto de vista mediático o difusionista, en relación al uso de los medios de comunicación como una herramienta para su evangelización y Cartes-Barroso (2015) se centra en el mensaje a la JMCS de 2014, para abordar el concepto de cultura del encuentro acuñado por el papa francisco.

Lo anterior, evidencia que desde el campo de la comunicación no hay estudios específicos que analicen las posturas de la iglesia católica en los mensajes emitidos para las JMCS sobre la comunicación, y más específicamente, sobre la comunicación y el cambio social. Esto es problemático dado que la iglesia, desde su doctrina, aborda el cambio social, pero no es claro cómo desde su comprensión de la comunicación contribuye al mismo. Por ello, es importante responder la **pregunta** ¿Cuál es la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio Social en sus mensajes en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023?

Esta pregunta es **pertinente** desde el campo de la comunicación debido a la relevancia que tiene la iglesia católica en la actualidad, ya que la posición de los Papas marca una hoja de ruta para las

acciones que despliega la iglesia en los territorios y esto genera un impacto no solo en la comunidad de creyentes, sino también en la relación que se teje con jefes de estado, organizaciones y otras religiones.

Desde lo intrapersonal, la dimensión espiritual y religiosa del ser humano no es ajena a la comunicación. Desde lo social, la religión en la sociología puede entenderse como una variedad de comunicación, en cuanto que es uno de los sistemas centrales que define la sociedad (Blancarte 2015). La religión es un elemento estabilizador y poderoso para mantener el equilibrio social ya que influye en la forma de actuar de sus miembros, de allí que la Iglesia unida o en oposición al poder ha determinado opciones políticas (Álvarez 1970).

El sentimiento de pertenencia a una comunidad concreta como la Iglesia católica, junto con la racionalización de la justicia, que legitima dicha institución debe ser reconocido para asegurar ciudadanos plenos y una democracia sostenible (Cortina, 1997). De allí, que las ciencias sociales puedan estudiar el fenómeno religioso, por ser irrenunciable a la persona y por tener repercusiones sociales, incluso como agente de estímulo o de freno en el cambio social (Cela 1989).

Aquí surge la necesidad de analizar los mensajes papales en las JMCS con los lentes del cambio social, entendiendo la importancia de las acciones propias de la Iglesia católica en los procesos de transformación y desarrollo de la sociedad.

La fe y la búsqueda de lo trascendental tienen que ver con la comunicación en su sentido más profundo. La búsqueda de lo sagrado es la búsqueda de sentido, de aquello que se descubre por el uso de historias y comentarios, es decir, una historia que remite a otra historia, el comentario del comentario, esto es comunicación en un sentido más profundo contrapuesto a las versiones instrumentales de la comunicación (Vizer, 2003) y los mensajes a las JMCS pueden ser un puente entre el discurso tradicionalmente considerado como espiritualista, no tocante de la realidad social de la Iglesia Católica y una revisión de su acción concreta en función de la Comunicación, el Desarrollo y el Cambio Social.

El **aporte** de esta investigación al campo de la comunicación es significativo en cuanto que facilita la articulación entre las nociones de comunicación en los mensajes papales, con las nociones de comunicación y cambio social en una institución tan grande e influyente en el mundo como la Iglesia Católica. Esto es importante no solo en la medida en la que la iglesia tiene incidencia en las esferas de lo público en el país, sino también porque puede contribuir con un corpus que permita analizar ya no solo el contenido de los mensajes, sino también de las acciones concretas que tiene la iglesia católica en sus iniciativas en los territorios y el lugar que ocupa la comunicación y el cambio social en las mismas.

El **objetivo general** de esta tesis es analizar la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio social en sus mensajes en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023. Para alcanzarlo, se proponen como **objetivos específicos** identificar los mensajes papales en las JMCS que abordan categorías relacionadas con comunicación, desarrollo y cambio social; describir los temas más frecuentes en los mensajes papales en las JMCS de cada Papa; y, analizar los temas relevantes de cada Papa respecto a la comunicación y el Cambio Social.

CAPÍTULO II

2 Antecedentes

Los textos que configuran la presente revisión bibliográfica estuvieron relacionados con las categorías de análisis y con el contexto de indagación de interés. En primer lugar, se presentarán los antecedentes que abordan la categoría de Comunicación con Iglesia Católica y, en segundo lugar, Comunicación Participativa e Iglesia.

2.1 Comunicación e Iglesia Católica

Bru (2008) elabora un artículo cuyo objetivo es sintetizar el magisterio pontificio de la Iglesia Católica sobre los medios de comunicación (encíclicas, instrucciones pastorales, cartas apostólicas, discursos y algunos de los mensajes papales a las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social –JMCS–), a partir de tres momentos históricos en referencia al Concilio Vaticano II (CVII): preconiliar, conciliar y postconciliar.

El primer momento histórico se caracterizó inicialmente por la desconfianza, cautela y reserva hacia los medios de comunicación (prensa, radio y cine), mutando luego hacia una visión instrumental en función de la transmisión del mensaje eclesial.

Durante el segundo momento histórico, el conciliar, San Juan XXIII crea el Secretariado Pontificio para los Medios de Comunicación, reconoce el derecho a la información como un derecho natural y por tanto inherente a la persona, colocando como único límite de este derecho el respeto a la verdad. Promulga el Decreto conciliar *Inter Mirifica* sobre los medios de comunicación, que analiza la información desde cuatro claves: a) las razones de la información su utilidad y necesidad; b) los fines de la comunicación es decir el bien común, y el progreso humano y social; c) el derecho a la información subordinado a la verdad; y d) una definición de la verdad informativa. Y especifica dos propósitos de la Iglesia hacia los medios de comunicación, usarlos para evangelizar (utilitarista) y enseñar su uso

cristiano. Además, crea las Jornadas Mundiales de Comunicación Social que se celebran en algunos países, a juicio de sus obispos (N.18 de este decreto) con los objetivos de formar a las personas frente a las responsabilidades requeridas para el uso de los medios de comunicación, aportar económicamente para sostener y fomentar las iniciativas promovidas por la Iglesia en el campo de la comunicación.

Durante el tercer momento histórico, el postconciliar, San Pablo VI en 1967 asigna el domingo después de la ascensión como fecha anual de las JMCS, especifica que los medios de comunicación están al servicio de la fraternidad universal (V JMCS), de los diferentes acontecimientos (VI JMCS) y del compromiso solidario (II JMCS), les reconoce como un nuevo poder ya que tienen la facultad de transformar mentalidades, organizaciones y la misma sociedad (encíclica *Octogésima Adveniens*), precisa que los profesionales de la comunicación responden a una vocación profética pues están al servicio de la palabra (III JMCS), además aborda el derecho a pensar libremente (discurso dirigido al XV Congreso Internacional de la prensa periódica) así como, la ética de la publicidad (discurso al congreso de Top European Advertising Media de 1972).

La Instrucción Pastoral *Communio Et Progressio* sobre los medios de comunicación según Bru (2008) es el documento más específico, sistemático y completo de la Iglesia Católica en relación con la comunicación social y en sus numerales el 167 y el 171 hace alusión a las JMCS, especificando que cada obispo en su Diócesis, junto con la Comisión Episcopal de las Comunicaciones o el obispo especial delegado para las comunicaciones y la Comisión Pontificia para las Comunicaciones sociales colaborarán y ayudarán para que cada año se realicen en todo el mundo la JMCS con dos fines, honrar a los que trabajan en los medios de comunicación social y presentar periódicamente a las Conferencias Episcopales los presupuestos económicos para sostener este apostolado; estableciendo además, que en cada país se celebrará y dentro de la misma se realizará la colecta aconsejada para sostener la acción pastoral de la Iglesia en los medios de comunicación.

Según Bru (2008) Juan Pablo I, entendía la comunicación como empatía recíproca entre comunicante y receptor; advirtió sobre los peligros de masificación, de despersonalización, de afectación a la capacidad de reflexión personal y a la objetividad de juicio que conllevan los medios de comunicación social; pero a su vez, y contrario a lo anterior, también anunció sus posibilidades para generar conocimiento y proximidad con otras personas, en consonancia a sus reiteradas exigencias de justicia, paz, fraternidad, participación y comprensión.

De San Juan Pablo II identifica cuatro conceptos fundamentales, dignidad humana, verdad, solidaridad y nueva evangelización; así como el aporte de incluir el diálogo con la cultura a los tres enfoques clásicos pastorales sobre la comunicación (vigilancia moral, potencialidad del uso evangelizador de sus instrumentos y reflexión teológica sobre la comunicación).

En cuanto a Benedicto XVI, Bru (2008) sintetiza las ideas principales de los mensajes a la JMCS de los años 2006 y 2007, donde este Pontífice especifica que los profesionales de la comunicación requieren profundidad para no conformarse con verdades parciales o provisionales; advierte que los medios de comunicación conllevan ambigüedad (aunque facilitan el diálogo, también engendran una forma de mono-cultura), indica también, que debe fomentarse el reporte preciso de los hechos, con su explicación y presentación justa de diversos puntos de vista; manifiesta que los medios configuran la cultura popular y por lo tanto deben impulsar el deseo de formar y servir; que la comunicación como servicio público necesita cooperación y responsabilidad; que los medios deben aprovechar las oportunidades para promocionar el diálogo, el intercambio de conocimientos, la solidaridad y la paz, la educación en el uso de los medios requiere la formación del ejercicio de libertad, además, evidencia que los comunicadores tienen presiones psicológicas y dilemas éticos en el ejercicio de su profesión.

Por último, Bru (2008), concluye en su artículo, primero: que la Iglesia Católica reconoce al ser humano como comunicador y ve amorosamente los logros y adelantos tecnológicos de la comunicación social, sin dejar de advertir sobre sus peligros tales como las informaciones mentirosas y los programas

que forman en el error y el vicio. Segundo que el magisterio de la Iglesia Católica con relación a la comunicación es desconocido tanto en el ámbito académico como en la práctica profesional de la comunicación. Y tercero que el fin último de las comunicaciones es el servicio al hombre y su humanización.

Por su parte, Mújica (2015) analiza los usos y los pronunciamientos de los pontífices sobre la comunicación social, a través de un recorrido también histórico, pero en este caso en seis momentos. En el primero describe una relación de confrontación (entre medios e Iglesia), caracterizada por el señalamiento de los abusos de la prensa que denunciaba la Iglesia por el acoso de este medio hacia la institución religiosa, e incluso se manifiesta abiertamente la oposición de la Iglesia a la libertad de prensa. En el segundo momento, se da un cambio de actitud de la Iglesia frente a la prensa y a la libertad de expresión, promoviendo los medios para expresar y propagar la fe. El tercer momento inicia cuando los Papas comenzaron a usar personalmente los medios de comunicación con el primer mensaje transmitido por Radio Vaticana, incluye algunos documentos doctrinales como la encíclica *Vigilanti Cura* (Papa Pío XI 1936), la cual aborda el impacto del cine y el cuidado que se debe tener con sus contenidos, la exhortación apostólica *La Película Ideal*, dirigida a los representantes del mundo cinematográfico, la encíclica *Miranda Prorsus* (Pío XII 1957) la cual, involucra consideraciones para la radio y la televisión y el decreto conciliar *Inter Mirifica* sobre los medios de comunicación.

El cuarto momento va desde el inicio del papado de San Pablo VI hasta los primeros meses de 2001, se denomina nacimiento y desarrollo de un dicasterio vaticano para las comunicaciones, ya que dentro de este Mújica (2015) sintetiza la historia del actual Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, período en que se publicaron los primeros mensajes papales a las JMCS, doce mensajes de San Pablo VI y veintitrés mensajes de San Juan Pablo II (hasta el año 2001), así como algunas publicaciones del Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, entre estas: *Pornografía y violencia en los medios de comunicación una respuesta pastoral* (de 1989), *criterios de colaboración ecuménica e*

interreligiosa en el campo de las comunicaciones (de 1989), *Instrucción pastoral Aetatis Novae sobre las comunicaciones sociales* (de 1992), entre otros. El quinto momento, denominado de la teoría a la praxis, comienza con el primer correo electrónico enviado por un papa (el 22 de noviembre de 2001) y va hasta el 2013, es un periodo caracterizado por el crecimiento e impacto mediático en todo el mundo, se destaca como acciones pastorales comunicativas inauguración del canal oficial del Vaticano en YouTube (5 de junio de 2008), con el fin de presentar las actividades del Papa y la Santa Sede, lanzamiento del blog oficial del Vatican Information Service (12 de abril de 2010), lanzamiento del periódico L'Osservatore Romano (19 de abril de 2011), y de CNN del Vaticano (29 de junio de 2011), el cual concentra las informaciones de todos los medios informativos vinculados a la Santa Sede, lanzamiento del perfil personal de Benedicto XVI en Twitter (12 de diciembre de 2012), el cual posteriormente es retomado por el Papa Francisco, primer Pontífice que se inscribió online, mediante tablet a la XXX Jornada Mundial de la Juventud el 26 de julio de 2015. Y por último el sexto momento en el que estamos actualmente, comenzó con el último mensaje de Benedicto XVI a la JMCS (en 2013), el cual, reconoce el internet como un lugar de experiencia real, reflexiona sobre el mismo.

Corvalán (2019), presenta un artículo con el objetivo de responder si los mensajes del Papa Francisco en internet y en las redes virtuales podrían catalogarse como prácticas populistas, para ello comienza explicando el desarrollo histórico del proceso de adaptación de la Iglesia Católica a los medios de comunicación en cuatro etapas. La primera comprende desde los orígenes de la Iglesia Católica hasta la invención de la imprenta (1453), donde predominó la comunicación oral. La segunda comprende los siglos XV al XX época de publicaciones y circulación masiva de documentos eclesiales en impresos. La tercera etapa comienza el 12 de febrero de 1931 cuando la Iglesia Católica inicia la transmisión radial de 30 charlas dirigidas a los estadounidenses con motivo de la gran depresión y de la segunda guerra mundial, insertándose en los medios masivos de comunicación. Y la cuarta se inicia en 1995, con el uso de internet por parte del Vaticano (con la primera página web vaticana).

Tras presentar este recorrido descrito, centra su atención en la inmersión de la Iglesia católica en la internet a partir de San Juan Pablo II, quién reconoce el potencial de la web como herramienta de evangelización global, lo que contrasta en su práctica de utilización moderada y explícitamente institucional que durante su pontificado hace de la misma. A Benedicto XVI le caracteriza como el primer pontífice digital ya que en 2009 inaugura un canal de TV en YouTube; luego, en 2010 exhorta al clero a introducirse y utilizar las páginas web y los blogs, crea la Fundación para la Evangelización de los Medios (FEM), buscando avivar el Evangelio en el mundo digital. Dicha fundación propició el surgimiento de Aleteia, primera red social virtual (en seis idiomas) que acerca católicos mediante una plataforma colaborativa con el fin de contribuir a la tarea evangelizadora del Vaticano a través del internet. Por último, en su pontificado crea la cuenta oficial de Twitter @Pontifex.

Para Corvalán (2019), el Papa de las redes sociales virtuales es Francisco, por el significativo aumento de seguidores de las cuentas oficiales de Twitter (tanto en Inglés, como en español); porque su pontificado incorpora las redes sociales virtuales como instrumento cotidiano de divulgación oficial del Vaticano y del mensaje papal; y porque su estrategia comunicativa digital busca por una parte, aumentar la capacidad de difusión del mensaje evangelizador a las masas, priorizando los jóvenes y por otro lado, establecer en las redes sociales virtuales la posición del pontífice en temas políticos y sociales actuales. Además, aumenta el uso de las redes sociales virtuales para propiciar contacto directo con las personas, implementando dos tipos de mensajes: el institucional del Vaticano y el papal a través de las cuentas personalizadas, en Twitter (ahora X) @Pontifex y en Instagram *franciscus*. En 2016 se crean *Click to Pray* y el video del Papa, las cuales contribuyen a la difusión de las intenciones mensuales del pontífice, al encuentro virtual de los usuarios de *Click to Pray* para rezar, el proponer y compartir sus propias intenciones en esta plataforma. En 2017 por su carisma mediático participa en TED *Talk* con el tema ¿Por qué el futuro que vale la pena construir incluye a todos?

La estética del Papa Francisco en sus comunicaciones digitales busca humanizar su imagen, mostrarlo cercano, de contacto directo con sus destinatarios, propiciando así un vínculo afectivo con sus fieles, según Corvalán (2019), a ello responde la imagen del banner de YouTube del video del papa, donde aparece saludando, con una sonrisa, dientes amarillos y una muela faltante, características estéticas que comparten los adultos mayores con los más necesitados. En esta misma línea las webs del Vaticano y sus redes sociales virtuales utilizan imágenes que refuerzan la proximidad y contacto del Pontífice acompañado de sus ovejas.

Corvalán (2019) concluye en primer lugar que, la circulación del mensaje de la Iglesia en las redes sociales virtuales depende de la utilidad que cada pontífice da a las mismas en función de su agenda de gobierno eclesial y de sus necesidades comunicacionales; en segundo lugar, que Francisco es un pontífice “político” que se comunica de manera directa con el pueblo, aprovechando la proximidad e inmediatez que otorgan las redes sociales virtuales; y en tercer lugar, que como líder político-espiritual, el papa Francisco aparentemente se encuentra en una era populista, porque se sirve de prácticas que pueden considerarse del mismo origen, las cuales a la vez son más utilizadas en la comunicación política digital.

Cartes-Barroso (2017) reflexiona sobre la postura de la Iglesia Católica respecto a la utilidad de la comunicación positiva en los medios, para ello utiliza una metodología cualitativa y descriptiva centrada en la reflexión y estudio de la comunicación participativa en los medios masivos de comunicación desde una visión doctrinal de la Iglesia Católica, utilizando técnicas como la revisión bibliográfica y el análisis documental. Define esta comunicación positiva como aquella que posibilita el acercamiento entre las personas, presentando un recorrido histórico del magisterio pontificio y posconciliar concluyendo que la comunicación consiste en “meterse en la piel de las personas” (p. 62) para ayudarlas a ser cada vez mejores, más sensatas y felices, llegando a afirmar que, la Iglesia es comunicación porque su quehacer requiere de la comunicación, ya que “tiene la necesidad de difundir

su magisterio y su pensamiento comunicativo y seguir informando (...) no solo por sus propios medios” (Gronowski, 2023, como se citó en Cartes-Barroso, 2017, p.62).

En el desarrollo de su artículo presenta una sinopsis cronológica de la visión comunicativa de Iglesia desde el Concilio Vaticano II hasta el año 2005, resaltando documentos como el Decreto Conciliar *Inter Mirifica* sobre los medios de comunicación social, el cual reconoce a los medios su función de formadores de opinión pública; la Instrucción Pastoral *Communio Et Progressio*, que formula la visión cristiana de la comunicación social, las relaciones entre estas (la perspectiva cristiana y la comunicación social) y sus objetivos; la Carta Apostólica *El Rápido Desarrollo*, dando a la Iglesia la función de integrar el mensaje de salvación en la nueva cultura que los medios de comunicación han creado; la Instrucción Pastoral *Ética en las comunicaciones sociales*, que enfatiza sobre la responsabilidad en el uso de los medios de comunicación para la comunicación positiva.

Cartes-Barroso (2017) afirma que los Papas San Pablo VI, San Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco han promovido el conocimiento de la comunicación social, incorporando este conocimiento en su actividad institucional, y considerando los medios de comunicación social al servicio de la verdad, la sociedad y la evangelización. De San Juan Pablo II resalta que utilizó los medios de comunicación como instrumentos de transmisión del Evangelio, de Benedicto XVI que las comunicaciones sociales involucran la dimensión antropológica (no sólo la cultural), hallando en ello una definición de la comunicación positiva como aquella que defiende la persona y respeta su dignidad.

Por último, Cartes-Barroso (2017) elabora un catálogo de todos los mensajes a las JMCS hasta el 2017, precisando año de publicación, número de mensaje y tema, especificando respecto a estos mensajes, que el Papa Benedicto XVI enfatiza en las nuevas tecnologías de la información, mientras que los mensajes de Francisco resaltan el concepto de cultura del encuentro, como aquella donde cada uno y todos tienen algo positivo tanto para dar, como para recibir.

En un estudio específico con relación al Decreto Conciliar *Inter Mirifica* sobre los medios de comunicación social, presentado a través de un artículo que conmemora los cincuenta años del Concilio Vaticano II, Guitián (2011) afirma que este decreto expedido en 1963, es inseparable de la Instrucción Pastoral *Comunión y Progreso* sobre los medios de comunicación social (expedido en 1971) y realizando una contextualización histórica y dogmática del *Inter Mirifica*, identifica la Instrucción *Comunión y Progreso* como la carta magna de las comunicaciones sociales, ya que para la Iglesia el fin último de la comunicación social es la comunión y el progreso de la convivencia humana, puesto que todo acto comunicativo radica en el acercamiento y comunión del ser humano a partir del modelo divino en el que comunicación y comunión van de la mano y, en consecuencia, los medios de comunicación social deben evidenciar y dar respuesta a los interrogantes y esperanzas de la sociedad promoviendo la unidad de sus miembros.

Ahora bien, se encontraron artículos de investigación centrados en analizar la relación de pontífices en particular con la Comunicación. Así, Echeverría (2005), analiza tres paradojas mediáticas del Papa San Juan Pablo II luego de su fallecimiento. La primera corresponde al alcance de su mensaje y su eficacia, presentando un contraste entre su enorme difusión mediática y la disminución de las prácticas religiosas; la segunda paradoja hace alusión a la dicotomía entre corporalidad y espiritualidad, donde evidencia la oposición de San Juan Pablo II al presentar su cuerpo como medio de expresión y comunicación (a través de su figura atlética y buena postura en los primeros años de su pontificado), con la valoración del sufrimiento y la decadencia (al no ocultar su situación médica), ya que el cuerpo para este pontífice debe ser desgastado en el servicio a los demás; y la tercera la paradoja es la contraposición entre modernidad y tradición siendo el primer Papa en entrar en una sinagoga y una mezquita buscando el diálogo con todos y es a su vez, un tradicionalista dogmático, entre haber apoyado la caída del muro de Berlín y a su vez denunciar los excesos del capitalismo.

Por otro lado, Mora-García-de-Lomas (2006), elabora un artículo con el objetivo de responder a tres preguntas: ¿qué es la comunicación institucional?, ¿quién la dirige? y ¿cómo se administra de manera estratégica? intentando obtener respuestas aplicables a la comunicación en y desde la Iglesia. Para ello especifica que hay dos esferas dentro del proceso comunicativo, una dentro de la institución y otra fuera de esta. En cuanto a la interna insiste que la Iglesia debe elaborar un discurso que exprese su identidad y su cultura con un lenguaje asequible, exponiendo la experiencia religiosa y explicando el sentido de su actuar con sus motivaciones y finalidades, con un estilo sombrío.

En relación con la esfera externa el mensaje debe demostrar relevancia, es decir significado, interés y novedad para el destinatario, que responda a interrogantes cruciales del ser humano o la situación actual, a su vez, transmitir empatía, lo que implica diálogo con el interlocutor, escuchar sus intereses, interrogantes, razones, intereses y problemas, interesarse por estos y contribuir a resolverlos.

Mora-García-de-Lomas (2006) concluye en primer lugar que la Iglesia Católica tiene una identidad particular, por lo que su director de comunicaciones debe dominar su identidad, cultura y discurso; en segundo lugar, que la Iglesia Católica hoy necesita tender puentes, conectar identidad e imagen, memoria y proyecto.

Por su parte, Pérez-Latre (2019) centrado en el crecimiento mediático de los tres últimos pontífices (San Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco), enuncia dos aportes teóricos para la comunicación social: de Benedicto XVI la vinculación de la comunicación con los conceptos de comunidad y comunión; y de Francisco el modelo comunicativo de proximidad; pero no los desarrolla, pues su interés en el artículo es presentar seis patologías de la comunicación institucional con sus posibles recomendaciones para prevenirlas o solucionarlas. La primera de estas patologías es la falta de claridad, en esta explica que la comunicación se fundamenta en lo que entienden los demás, más que lo que se dice; por lo tanto, implica un lenguaje común, en lugar del lenguaje institucional. Hoy se requiere mensajes que se den con claridad y que respondan los interrogantes planteados por la opinión pública.

La segunda patología es la falta de sentido de la actualidad y consiste en ignorar los denominados ciclos de noticias, esta enfermedad comunicativa responde a un interés informativo ocasionado en relación a un acontecimiento, una crisis o noticia imprevista. La tercera patología es la dispersión, es una de las más frecuentes por la diversidad de la Iglesia Católica, y la manera de superarla, propuesta por el autor, es con la coordinación de contenidos frente a ciclos de noticias diferentes, con alusión a controversias, o temas fundamentales de la Iglesia (como la familia, la educación, el derecho a la vida, la ecología, la pobreza, la ayuda humanitaria), presentando como cautivador el transmitir las ideas de la Iglesia a través de voces diversas. La cuarta patología consiste en pensar que la comunicación es mera cuestión de herramientas, cuando por el contrario es un asunto de contenidos, por lo que el autor invita a repensar los contenidos utilizando las imágenes y medios visuales adecuados. La quinta patología es el separar comunicación y dirección, limitando la comunicación al portavoz, (como el director de comunicación), la comunicación no se delega, el primero que comunica es el jefe de la institución. Y la sexta patología es la falta de transparencia, con la digitalidad se produce el efecto denominado casa de cristal, donde todo está a la vista, y los silencios son secretos no aceptables.

Para Pérez-Latre (2019) San Juan Pablo II fue gran comunicador, consideró los medios de comunicación como aliados y su estrategia comunicativa consistió en decir siempre la verdad, estableciendo un modelo de relación entre religión y medios de comunicación social. Para este autor los Papas Benedicto XVI y Francisco, han profundizado en el legado mediático de San Juan Pablo II, aunque cada uno con sus particularidades. Benedicto XVI además enfatizó que los medios masivos de comunicación ayudan a estar juntos, porque acercan con rapidez hombres y culturas diferentes (Carta Encíclica *Deus Caritas* de 2005), y favorece el aumento de la comunión en la familia humana (Encíclica *Caritas in Veritate* de 2009). Del Papa Francisco resalta su sensibilidad para los gestos y los símbolos; el poner en la opinión pública expresiones peculiares (como obispos de aeropuerto, transitar por la paciencia, cultura del descarte, ídolo del dinero, globalización de la indiferencia y cultura del encuentro);

que su modelo comunicativo subraya la proximidad, poniendo en primer lugar la cercanía con las personas y la comunicación personal.

Por su lado, Valladares y Herrera (2017) analizan el uso que algunas instituciones católicas españolas hacen de Twitter en los cien primeros días del pontificado de Francisco, llegando a concluir que el 73,3% del contenido de esos twitters obedeció a un interés difusionista, un 3,8% a promover iniciativas, y un porcentaje aún menor fue usado para interactuar con los usuarios.

En esta misma línea Sanmartín et al (2015) investigan la comunicación institucional de la Iglesia Católica a través de las redes sociales de los arzobispados de España y México, estudio diseñado con un alcance comparativo exploratorio, con el objetivo de determinar el papel de estas redes en su plan de comunicación y si este se ajusta o no a un uso profesional y competitivo. Para ello siguen una metodología cuantitativa, y utilizan la técnica de análisis de contenido, analizando en cuanto a España 14 arquidiócesis y el arzobispado castrense (15 sitios web) y de México 18 arquidiócesis.

Concluyendo en cuanto a España que existe un uso masivo de las redes sociales por parte de sus 14 arquidiócesis ya que, la mayoría de sus webs (a excepción de dos) remiten a las redes que utilizan para acercarse más a sus usuarios, a diferencia de México donde sólo 11 del 18 arquidiócesis cuentan con Facebook y Twitter (ahora X); y una tiene solo cuenta en X. Todos los estamentos analizados de España a excepción del arzobispado castrense manejan un alto grado de interactividad, resaltando la arquidiócesis de Tarragona en su alcance de interacción con los usuarios. En cuanto a las arquidiócesis mexicanas solo la mitad manejan un grado de interactividad. Ninguna de las arquidiócesis analizadas indaga respecto a las opiniones de sus destinatarios a través de encuestas interactivas dando énfasis a una utilización informativa en torno a los actos y actividades del arzobispo, de la diócesis y del Papa.

Por su parte y con el objetivo de mostrar la interrelación entre Iglesia, comunicación y cultura, y cómo estas tres realidades están llamadas a entenderse, Del Río (2010) particulariza la ubicación que hace San Juan Pablo II de la relación entre Iglesia y comunicación dentro de la pastoral de la cultura,

precisamente por ello dice que el mensaje cristiano debe ser integrado a la nueva cultura creada por la comunicación moderna (Encíclica *Redemptoris missio* N.37), superando así la visión difusionista de la comunicación que tuvieron sus antecesores. A su vez para este autor, Benedicto XVI consideró la comunicación desde la dimensión antropológica, al afirmar que la comunicación social pone en juego dimensiones constitutivas del ser humano y su verdad; además enfatiza la importancia de la infoética, con miras a proteger la dignidad humana y la promoción de la excelencia ética y estética (mensaje a la 42 JMCS).

Del Río (2010) reconoce los medios de comunicación como la arena del debate público, donde se explora nuevos valores, nuevos modos de ser y nuevos mitos culturales, siendo por lo tanto estos medios el lugar de interacción entre el sentido religioso y la creación de la cultura. En consecuencia, las estructuras organizativas y pastorales de la Iglesia Católica han de ser puentes entre lo eclesial y lo mediático, teniendo presente qué tipo de cultura crean los medios de comunicación respecto de la cultura del Evangelio.

Además de lo anterior, Del Río (2010) retoma la definición de cultura del CVII donde especifica que, es todo aquello con lo que el hombre afina y desarrolla sus cualidades espirituales y corporales, por lo que lleva consigo un aspecto histórico y social (Constitución pastoral *Gaudium Et Spes* N. 53); identifica que contiene la misma idea que la definición de la UNESCO años posteriores cuando manifiesta que la cultura en un sentido amplio es el conjunto de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos, que identifican un grupo social y mediante la cual el ser humano se expresa. Concluye que la cultura, la Iglesia y las comunicaciones sociales tienen como fundamento al ser humano, por ello la cultura y los medios de comunicación encuentran en la dimensión religiosa su mayor aliciente para ser matriz de libertad y convivencia social. Admite la revolución cultural ocasionada por las nuevas tecnologías, donde identifica avances culturales con valores religiosos como la defensa de los derechos humanos, el reconocimiento de la igualdad entre hombres y mujeres, el rechazo al racismo, al

terrorismo, la violencia y las desigualdades sociales, la lucha contra la miseria, la ignorancia y el rechazo a los emigrantes.

Sin embargo, es el ámbito de la cultura donde también radica la clave de los desencuentros entre Iglesia Católica y medios de comunicación, por lo que De Río (2010) explica cinco puntos de su fricción, con algunas sugerencias de solución. El primero de estos puntos está en el origen de los medios de comunicación, que nacen en el marco de la modernidad, donde domina la persuasión de que no hay verdades ni valores absolutos en oposición a la propuesta de verdades y certezas de la Iglesia Católica, por lo que la Iglesia debe ayudar a recuperar la confianza en la verdad. El segundo punto de fricción radica en el concepto de realidad, los medios tecnológicos han proporcionado nuevas maneras de conocimiento, y dentro de estas la posibilidad de crear entornos ficticios, anteriormente los medios informaban sobre los hechos, por el contrario en la actualidad y en muchas ocasiones las necesidades de los medios dan forma a los acontecimientos, provocando que la interacción entre la realidad y los medios sea ambivalente, la solución propuesta para ello es mantener la capacidad de discernir entre lo verdadero y lo falso, el ser del parecer.

La tercera fricción consiste en los diferentes lenguajes usados por la Iglesia y los medios, los lenguajes religiosos matizados de liturgia, catequesis y teología frente a los específicos de cada medio o formato, y que en su mayoría se caracterizan por ser sencillos, cortos y ricos en imágenes, a los que debe recurrir la Iglesia para ser asequible su mensaje. La cuarta fricción radica en la clave política con la que los medios interpretan los acontecimientos e informaciones, incluso los referentes a la Iglesia. La quinta y última fricción es la transparencia informativa a la que la Iglesia Católica está especialmente llamada, para ser creíble en la sociedad de la información, dando respuestas coherentes y verdaderas a las preguntas incómodas.

En esa misma línea, Blancarte (2015) analiza la relación existente entre religión, medios masivos de comunicación y poder; comienza especificando que el desarrollo de todas las sociedades del siglo XX,

así como los cambios sociales y políticos del mundo e incluso el carácter global del futuro inmediato son atribuibles en gran parte a estos medios, que la religión antes de la globalización constituía un modo de comunicación social, que fue relativizado y marginalizado por esta; pero todo ello responde a un interés de poder ya que la relativización de las identidades particulares ocasiona el refuerzo de una identidad colectiva y general, como método principal para competir por el poder y la influencia a nivel global. (Beyer, 1994, como se citó en Blancarte, 2015, p.184).

La alusión a la religión como modo de comunicación social deriva de la afirmación de que los sistemas sociales consisten en comunicaciones, circunstancias en las que una persona capaz de conocer su realidad transmite información con sentido significativo a otra persona que entiende este sentido. De lo anterior, Blancarte (2015) deduce dos premisas: que los elementos de los sistemas sociales son las comunicaciones que generan las personas y que la religión desde la sociología puede entenderse como una cierta variedad de comunicación, en cuanto que la religión es uno de los sistemas centrales que define la sociedad, y en consecuencia lo religioso no es ajeno a la comunicación. Si el poder está en la información y en la oportunidad de comunicarla, y tanto la sociedad como la religión son comunicación, la cuestión fundamental está en el poder de ciertos grupos organizados que controlan o intentan controlar la participación en los medios masivos de comunicación.

Las iglesias cristianas tienen como objetivo la salvación del ser humano a través de la difusión del Evangelio, lo que implica una relación utilitaria de los medios de comunicación, allí radica el interés de la Iglesia Católica por estos medios. según Blancarte (2015). Aunque la Iglesia considera esencial su uso, en el fondo los ve ajenos a su estructura interna, evidenciando una desconfianza existente entre el mundo católico y los medios de comunicación, los cuales hacen parte fundamental del espacio público que está organizado y funciona sin las Iglesias, pero que al mismo tiempo está abierto a todos, incluyendo a las Iglesias. Es decir, los católicos y sus medios de comunicación están insertos en una sociedad con valores contrarios (a los suyos) que dominan y que se les impone una cultura de la que

reniegan. Por consiguiente, es común que los medios de comunicación confesionales tengan baja audiencia, e incluso reclamamos a la excesiva influencia de la Iglesia Católica en los medios masivos de comunicación, ya que en varios países la presencia de esta Iglesia en medios es desproporcionalmente mayor que la que tienen otras organizaciones religiosas.

Blancarte (2015) especifica que San Juan Pablo II el 28 de enero de 1996 en el rezo del medio día, declaró que los medios de comunicación al ser tan decisivos para la sociedad (como forjadores de comportamientos y creadores de una nueva cultura) no pueden abandonarse a las fuerzas del mercado, sino que deben ser debidamente tutelados, lo que desató una serie de reacciones de actores sociales italianos de la época, con referencias a lo cultural, lo polí.

Concluye Blancarte (2015) que el poder no es algo ajeno a las organizaciones religiosas, ni a lo político y lo religioso, evidenciando posturas ideológicas y doctrinales, como también relaciones de poder de los medios de comunicación, dificultando la relación entre estos; que las interacciones que tienen con los medios tanto laicos y propios se convierten en relaciones de poder que tejen estas organizaciones dentro y fuera de las iglesias; que en la relación entre religión, poder y medios de comunicación hay tres niveles, el intraeclesial, el interreligioso y el social; que los medios de comunicación y la religión son instrumentos poderosos de legitimación, aunque en la sociedad cambiante y democrática, su utilización no puede ser monopolizada lo que ocasiona tensión permanente entre la Iglesia y los estos medios. Que mientras la Iglesia Católica sea la religión predominante socialmente, será la única con acceso a los medios.

Por otro lado, Blancarte (2015) identificó al comunicador con un profeta, caracterizándolo como aquel que tiene sensibilidad, que es capaz de transmitirla y convertirla en autoridad a su alrededor, una persona acomodada y humilde, por lo general sale del pueblo y se transforma en su conciencia denunciando la corrupción civil y moral. Pone como ejemplo de comunicador y profeta a San Juan Pablo

El porque vio y creyó con anticipación la caída del muro de Berlín, transmitió esa convicción y trabajó para alcanzarla.

Debido a las denuncias realizadas por los profetas, Blancarte (2015) explica la ambigüedad de la relación entre la Iglesia Católica y los medios, pues estas ocasionan conflictos con los poderes políticos y religiosos establecidos, e incluso en los mismos medios de comunicación concentra poderes corruptos, de ahí, que la Iglesia como profeta tiene que combatirlos y a su vez utilizarlos. Aunque en los artículos antes expuestos se mencionan JMCS y/o a algunos de sus mensajes, no son el centro del estudio, ni su especificidad; mientras que Cano (2012) elaboró para el IV Foro Universitas un artículo que tiene como centralidad siete de estos mensajes, los comprendidos entre 2006 y 2012 emitidos por Benedicto XVI, este artículo busca identificar referencias al bien, la verdad y la belleza en dichos mensajes. Lo anterior porque el autor considera que son estos tres valores trascendentales los que llevan al hombre a su razón de ser y que, por tanto, el bien, la verdad y la belleza es lo que deben comunicar, especialmente los periodistas.

Cano (2012) concluye en primer lugar, que los medios de comunicación deben promocionar el diálogo, el intercambio de conocimientos, la solidaridad y los vínculos de paz contribuyendo a la construcción de la civilización del amor; segundo lugar, que Benedicto XVI ve en los comunicadores la capacidad de promover en las personas la inteligencia y la voluntad; así como conductoras hacia la verdad, el bien y la belleza para que los medios de comunicación sean efectivos instrumentos que promuevan el diálogo.

En esa misma línea con referencia específica a los mensajes para la JMCS Cartes-Barroso (2015) se centra en el cuadragésimo séptimo mensaje a las JMCS que tuvo por tema: Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro; dicho mensaje, para este autor, se plantea la comunicación como impulsor de cambio social, desde el diálogo, la cercanía y el uso acertado de los medios de comunicación. Además, resalta de este mensaje de la JMCS del 2014, el concepto de cultura del

encuentro, que es propio del Papa Francisco, ya que se encuentra en muchas de sus alusiones, incluso anteriores a su pontificado, dicha cultura del encuentro es aquella en la que todos tienen algo positivo para intercambiar (Francisco, 2013, como se citó en Cartes-Barroso, 2015, p. 213), lo que requiere de apertura, de escucha y de reconociendo de que siempre otra persona tiene algo positivo que aportar.

El artículo de Cartes-Barroso (2015) contiene una reflexión sobre el concepto de dignidad, y su vinculación con la profesión periodística; y finaliza proponiendo un decálogo para hacer un periodismo de dignidad. Todo ello lleva a su autor a concluir, en primer lugar que una época marcada por la sobreinformación requiere periodistas responsables y libres, mensajes creíbles y receptores comprometidos que valoren y discernan esa información; en segundo lugar, la necesidad de que exista una separación entre la actividad periodística y los poderes políticos y económicos para garantizar que dicha actividad responda a su misión con la ciudadanía; en tercer lugar, que se debe promover una visión social de la comunicación donde participen todos los actores del proceso informativo, y en cuarto lugar, que urge una comunicación aplicada a la cultura del encuentro para recuperar la dignidad periodística.

López (2018) en su trabajo de grado para llegar a la licenciatura en ciencias de la comunicación elaboró un Plan de comunicación participativa para el fortalecimiento de la acción pastoral de una parroquia en Quiché, Guatemala, cuyo objetivo logró siguiendo la metodología de la acción participativa y del diagnóstico participativo según la FAO. En el desarrollo de este trabajo identifica siete elementos del proceso comunicativo, que caracteriza desde la comunicación participativa (siguiendo a Gularte 2001); entre esos está el emisor o promotor comunitario de comunicación, referenciando a todos aquellos miembros de la comunidad que inician el proceso comunicativo, facilitan el diálogo y generan intercambio; el segundo de estos elementos es el receptor que son todas aquellas personas que entran en contacto con el mensaje, aquellos que conocen el código, lo decodifican e interpretan el mensaje (analizan y deciden si lo acepta, lo modifican o complementan) para luego describirlo en otras

palabras, el tercer elemento es el mensaje que corresponde a aquello que estructura el emisor y llega al receptor; el cuarto es el código, es decir, las reglas comunes entre el emisor y el receptor, aquello que les permite entrar en comunicación; el quinto elemento son los medios y recursos, se refiere al vehículo que transmite el mensaje; el sexto elemento es el referente y hace alusión a la realidad que contiene el mensaje, la cual depende de la óptica de ubicación del mirador donde está relatando el emisor, dando mayor asertividad cuando alguien que vive una situación, es quien la describe; y el séptimo elemento del proceso comunicativo es el marco de referencia del receptor, y se refiere a la comprensión general e inmediata de la realidad.

De allí López (2018) pasa a sintetizar el concepto de comunicación para el desarrollo, especificando que existen dos corrientes de esta comunicación, por un lado, la corriente difusionista con cuatro indicadores que la caracterizan, formulación lineal y estudio de los efectos; importancia dada a los medios y el impacto que tiene, el poder dado a los medios; y la modernización (cambio de lo tradicional por lo moderno) como única perspectiva de desarrollo. Por otro lado, la corriente participativa con cuatro características que la identifican, en primer lugar, que es horizontal, dando relevancia al receptor; en segundo lugar, se entiende como un proceso de intercambio entre emisor y receptor, en tercer lugar, la relación de la comunicación para el desarrollo con la cultura; y, en cuarto lugar, su perspectiva está en el otro desarrollo, el desarrollo humano o sostenible.

En cuanto al tema de la comunicación y la Iglesia, López (2018) realiza una alusión corta, donde establece una síntesis a modo de conclusiones, inicia afirmando que la relación histórica entre la comunicación y la Iglesia Católica es muy antigua, sin embargo, con la aparición de los medios de comunicación ha aumentado el conocimiento de la Iglesia por estos medios permitiéndose llegar a tener los propios para la difusión de su mensaje eclesial. Asegura que, desde 1963 con San Pablo VI, se cambia la mirada de la Iglesia sobre la comunicación pasando de una visión utilitarista de los medios a una cultural y crítica de los mismos (aunque consideró que esa percepción crítica estuvo desde los inicios).

Por último, manifiesta que los medios digitales siendo más interactivos le brindan la posibilidad a la Iglesia de una comunicación centrada en el diálogo y la participación.

López (2018) concluye que el diálogo es la principal herramienta de comunicación participativa, pues posibilita el conocimiento de unos con otros para acordar objetivos y estrategias comunes. El diagnóstico participativo contextualiza, identifica necesidades y permite priorizarlas, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos. La estrategia es el resultado del diagnóstico participativo que proporciona herramientas para una futura realización de un plan, el cual debe ser concreto y con actividades asignadas a corto y largo plazo.

Precisamente en relación con la comunicación participativa Munera (1985) partiendo de una argumentación teológica (fundamentada en el documento de Puebla, resultado de la tercera conferencia episcopal latinoamericana) vincula los conceptos de participación y comunión con el de la comunicación social para luego definir esta comunicación participativa y comunitaria como un acto social vital inherente al ser humano potenciado por los medios de comunicación, evidenciando la diferencia entre la Comunicación social y sus medios (tecnológicos y masivos).

En síntesis, respecto a los antecedentes de las categorías comunicación e Iglesia Católica los artículos que se encontraron en su mayoría se centran en analizar la relación de la Iglesia Católica con los medios de comunicación, teniendo como referente el magisterio de la Iglesia, gestiones pontificales administrativas concernientes a la organización de la comunicación institucional y acciones mediáticas de los diferentes Pontífices a través del tiempo (Bru, 2008; Mujica, 2015; Corvalán, 2019).

Cartes-Barroso (2017) se enfoca en la postura de la Iglesia católica respecto a la utilidad de la comunicación positiva en los medios y aunque enlista los mensajes a las JMCS, detallando en cada uno de estos su fecha de emisión y tema no los estudia. Autores como Guitián (2011) estudian exclusivamente uno o dos documentos del magisterio; mientras Echeverría (2005) se centran en las acciones mediatizadas de San Juan Pablo II.

También dentro de los artículos hallados están los que remiten a la comunicación institucional de la Iglesia católica, como Mora-García-de-Lomas (2006) y Pérez-Latre (2019); o al uso que se da a los medios virtuales de comunicación por parte de la Iglesia, observando cuentas oficiales tanto del pontificado, como de iglesias particulares católicas, es el caso de Valladares y Herrera (2017), Sanmartín Corella et al (2015) y la segunda parte del documento de Corvalán (2019).

Por otro lado, convergen artículos que involucran otros conceptos a la relación Iglesia - medios, es el caso de Rio Martin (2010) que presenta la interrelación entre Iglesia Comunicación y cultura, enfatizando sobre las fricciones de la Iglesia con los medios en el ámbito cultural; y, Blancarte (2015) que analiza la relación entre religión, medios y poder.

Agregado a lo anterior, se encontraron dos artículos que abordan exclusivamente mensajes a las JMCS como el de Cano (2012) que busca aportes referentes al bien, la verdad y la belleza en los mensajes emitidos entre 2006 y 2012, reflexionándolos y aplicándolos a la actividad periodística, el de Cartes-Barroso (2015) dedicado únicamente al mensaje correspondiente al año 2014, abordando el concepto de la cultura del encuentro, que es acuñado por el Papa Francisco y finaliza con un decálogo para un periodismo con dignidad.

En su mayoría, estos artículos hacen una aproximación a la comunicación de la Iglesia Católica desde un punto de vista mediático o difusionista, en relación al uso de los medios de comunicación como una herramienta para la evangelización.

Por el contrario, el trabajo de grado de López (2018), identifica siete elementos que caracterizan la comunicación participativa, e identifica dos corrientes de pensamiento dentro de la comunicación para el desarrollo, la difusionista y la participativa, colocando esta última en práctica para elaborar un plan de comunicación participativa que fortalezca la acción pastoral de una parroquia de Guatemala.

2.2 Desarrollo, cambio social e Iglesia Católica

De Roux (1976) hace un análisis histórico de la relación entre la Iglesia Católica y la sociedad en Colombia, identificando que en la lucha por la justicia la Iglesia reconoce la necesidad de cambios en la estructura social pero no hay claridad en el modelo de cambio, ya que el énfasis está en la conversión interior para lograr un cambio social, lo que según De Roux desenfoca los condicionamientos estructurales que imposibilitan la transformación social.

Sin embargo resalta dos movimientos clericales que dieron significado sociopolítico a la misión pastoral de la Iglesia Católica y los cuales fueron: El grupo sacerdotal Golconda (iniciado en 1968) y el de Sacerdotes para América Latina –SAL- (en 1972), como grupos de izquierda eclesial implicados con los pobres e impulsores del cambio social, sus miembros fueron promotores del CVII y de la conferencia de Medellín, como resultado de esta conferencia se visualizaron las comunicaciones eclesiales de base que buscan ser levadura transformadora del tejido social.

Así mismo, y buscando entender los fundamentos relacionales del fenómeno religioso con los procesos de cambio social Cela (1989) especifica que las ciencias sociales pueden estudiar este fenómeno en cuanto a humano ya que, al ser irrenunciable a la persona, (por estar relacionado con su trascendencia) tiene repercusiones sociales. Además, agrega que la religión puede ser un agente de estímulo o freno en el cambio social; así como también esta transformación social puede contribuir a la evolución o involución de las instituciones religiosas. Bajo estos postulados elabora un análisis histórico de la relación religión y cambio social en la República Dominicana.

Álvarez (1970) también reconoce la influencia que tiene la sociedad para transformar la religión y de la influencia de la religión para el cambio social por ser esta el soporte más sólido cultural. La religión es un elemento estabilizador y poderoso para mantener el equilibrio social ya que influye en la forma de actuar de sus miembros, de allí que la Iglesia unida o en oposición al poder ha determinado opciones políticas. Sin embargo, también especifica que los cambios son inversamente proporcionales al

tamaño de las estructuras religiosas, entre más grande es la estructura se hace más pesado y demorado el proceso para tomar decisiones y a su vez se extiende el proceso de aceptación y adaptación a las transformaciones, el autor de este artículo reconoce el CVII como un intento de la Iglesia Católica por conocer la realidad, enfatiza en las transformaciones litúrgicas, prácticas y los nuevos movimientos laicales que le siguieron a este concilio, demostrando cómo la sociedad ha influenciado transformaciones sobre la religión.

Por otro lado, Coelho y Ayala (2006) elaboran un análisis del cambio social y el cambio religioso desde la Constitución Pastoral *Gaudium Et Spes* sobre la Iglesia en el mundo actual (del CVII), detallando nueve puntos que marcan los rasgos fundamentales del mundo moderno, luego identifican unos postulados culturales resultantes del proceso de mundialización, y a continuación enlistan diez elementos destacados del actual modelo social; para terminar concluyendo, que la metamorfosis social y cultural redonda también en la vida religiosa, caracterizando o estereotipando el cristianismo como soporte de una civilización desarrollista, considerando la fe como asunto personal y su aceptación social según las condiciones del mercado libre, desplazando las religiones a la periferia del pensamiento y la acción de la sociedad.

En síntesis, respecto a los antecedentes de las categorías de desarrollo, cambio social e Iglesia Católica se encontraron pocos artículos y con más de quince años de antigüedad, entre ellos el de Roux (1976), con un análisis histórico de la relación entre Iglesia Católica y la sociedad colombiana, el de Cela (1989) sobre los fundamentos relacionales del fenómeno religioso con los procesos de cambio social, el de Álvarez (1970) que analiza la influencia que tiene la sociedad para transformar la religión y la influencia de la religión en el cambio social; y el de, Coelho y Ayala (2006) que partiendo de la constitución pastoral *Gaudium et spes* sobre la Iglesia en el mundo actual reflexiona el cambio social y la metamorfosis religiosa.

Capítulo III

3. Marco teórico

Partiendo de la pregunta problema ¿Cuál es la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio Social en sus mensajes a las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023?, lo primero que debe quedar claro es el paradigma conceptual desde el cual se realiza esta investigación por lo que se elabora una abstracción en torno a las definiciones de comunicación, desarrollo y cambio social.

3.1 Comunicación

Existen cinco definiciones sencillas para la palabra comunicación: acción y efecto de comunicarse, acto de pasar de una parte a otra, junta o unión de pasar de una cosa a otra, paso o camino que sirve para ir de un lugar a otro y, por último, el trato o correspondencia entre dos o más personas (Corominas y Pascual, 2006). Conceptualizaciones que implícitamente integran la acción del ser humano en su relación con otros, y con un proceso de transformación, bien sea en referencia a un cambio de lugar o de una situación.

Es así que comunicación viene además del latín *comunicare* que significa ponerse de acuerdo con otra persona (Blanquees, 1985), participar, compartir; el sentido primigenio del término tiene que ver con una acción comunitaria: al comunicar participamos, descubrimos y nos abrimos al otro, es decir actuamos en común.

Sin embargo, han coexistido dos modelos de comunicación: uno vertical, lineal, que tiene un solo sentido y es disfuncional por lo tanto, no constituye verdadera comunicación; y otro que es participativo, horizontal y dialógico (Chaves, 2017). Este segundo tipo de comunicación es conocido según Chávez (2017) con diferentes nombres como comunicación para el desarrollo (que viene del concepto de desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas), comunicación para el cambio social, comunicación para el empoderamiento o comunicación eco-social.

La comunicación para el desarrollo y/o el cambio social tiene sus inicios en la década de los 70 (Schenkel, 1981) con algunas características que en su momento hizo Paulo Freire de la educación y la comunicación como instrumentos de opresión o de liberación, humanizadores o deshumanizantes.

La liberación y humanización para Freire (s.f.) dan como resultado un nuevo hombre que supera la contradicción entre opresores-oprimidos llegando a la humanización de todos, lo cual requiere de una pedagogía del oprimido forjada por él y no para él. El objetivo final de esta pedagogía es un ser humano que, sin ser opresor ni oprimido, es un ser liberado, capaz de vivir la solidaridad y de hacerse compañero con el otro. La base de esta pedagogía es la comunicación, pues se busca ser con los otros, entendiendo el acto de comunicar como convivir y simpatizar, lo que requiere reconocer el lenguaje, las necesidades y los anhelos de los otros, a través de un diálogo entre iguales.

En esta misma línea, Bordenave y Carvalho (1978) recogen de manera acertada, varios significados asociados al concepto de comunicación definido como:

“Un proceso natural universal, que alcanza su máxima complejidad en el ser humano viviendo en sociedad; un conjunto de prácticas y técnicas que configuran el arte de comunicar; un sistema institucional compuesto por organizaciones sociales que facilitan la circulación de los mensajes o los producen sistemáticamente, y, una ciencia que estudia e investiga los fenómenos que ocurren en los campos anteriormente mencionados” (p. 53).

Esta comunicación es exclusiva e inherente a todos los seres humanos y, por tanto, puede involucrar prácticas, técnicas y organizaciones sociales, en las que se encuentran inmersas las personas, e implica una relación humana horizontal de ida y vuelta, en la que según Bordenave y Carvalho (1978), el receptor y el emisor intercambian sus papeles (interacción biunívoca), otorgando valor y significado a lo que se manifiestan recíprocamente (ley de bivalencia).

Todas estas características de horizontalidad, reciprocidad, igualdad y reconocimiento del ser humano son el resultado de una visión de la comunicación. Schenkel (1981) identifica seis tesis que fundamentan y caracterizan esa visión de la comunicación.

1. La comunicación horizontal es contraria a la verticalidad y unidireccionalidad, donde el receptor es exclusivamente destinatario de la información.
2. La comunicación participativa incentiva en primer lugar, la participación de los grupos sociales menos privilegiados en la comprensión de la realidad y de los problemas socioeconómicos que enfrentan; en segundo lugar, la adquisición y el manejo de los medios de comunicación; y, en tercer lugar, la producción de sus propios contenidos.
3. La comunicación como derecho humano inalienable, el artículo 19 DD.HH. especifica el derecho a buscar, recibir e impartir información, pero comunicar es más que dar información. Implica compartir, debatir, dialogar inquietudes, aspiraciones, experiencias etc., en consecuencia, toda comunicación tiene una información, pero no toda información comunica.
4. Necesidades y recursos de comunicación, refiriéndose a los requerimientos del ser humano para acceder a diferentes fuentes de información, participar en asociaciones, relacionarse interpersonalmente y conservar sus tradiciones culturales, y también para considerar o discurrir, auto comunicarse y compartir su conocimiento práctico.
5. Flujos equilibrados de información que en sus contenidos respondan a las necesidades reales de los territorios y comunidades.
6. Tarea promotora del Estado, a través de políticas nacionales de comunicación justas y equitativas.

Esta comunicación alternativa, horizontal, participativa e inherente al ser humano, le modifica en sentido positivo, pues conlleva una producción de sentido y de vínculos en la transformación de los sujetos que intervienen en el proceso comunicativo, como consecuencia de procesos relacionales

originados entre los miembros de una comunidad. Beltrán (2005) la define como un “proceso de interacción social democrática que se basa en el intercambio de símbolos, por los cuales, los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (p.21).

En esta misma línea, Beltrán (2005) resalta las propuestas de los comunicólogos colombianos Pereira, Bonilla y Benavides, que buscaban que la comunicación fortaleciera la capacidad expresiva de las personas e intermediaria entre individuos y agrupaciones para robustecer el tejido social en su integridad.

Servaes y Malikhao (2007) identifican dos fundamentos conceptuales de la comunicación participativa, popular, horizontal, dialógica y/o endógena: el primer fundamento, alude a la pedagogía dialogal heredada de Paulo Freire, la cual contiene una estrategia teórica dual que se nutre de dos corrientes de pensamiento. La primera, es la teología de respeto por la otredad, donde todos los pueblos deben ser reconocidos como sujetos plenamente humanos en cualquier proceso político. La segunda, es la insistencia en las soluciones colectivas que redundan en el bienestar colectivo de los grupos, derivadas del Marxismo.

El segundo fundamento teórico se extrae de las ideas de acceso, participación y auto-gestión expuestas por la UNESCO en 1970, ideas que luego, en el año 1977 se socializan y se reconocen como fundamentos teóricos: el acceso que es la utilización de los medios para el servicio público, donde los destinatarios escojan y retroalimenten la programación en los mismos; la participación de representación y de consulta en la toma de decisiones durante el proceso de producción, gestión y planificación; y, la auto-gestión, refiriéndose al poder decisorio en las empresas, políticas y planes de comunicación.

3.2 Desarrollo

Consiste en un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genera transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país, a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población en las mismas condiciones de dignidad, justicia y libertad (Beltrán, 2005). Especificando aún más, consiste en un proceso propio de cada sociedad, contexto o comunidad. Es además integral y multidimensional, pues debe gestarse desde las necesidades y anhelos de las personas involucradas (Servaes, 2012).

La palabra desarrollo, etimológicamente significa progreso, adelanto, acción o efecto de desarrollar, mejorar o ampliar; a su vez, viene del verbo desarrollar que se compone del prefijo “des”, y de la acción de “arrollar”. Des viene del latín “dis”, que significa aparte, separado. Es un prefijo en función de un significado negativo que indica una acción contraria, (como deshacer, hacer lo contrario de). Por otro lado, arrollar significa atropellar, empujar violentamente (Gómez de Silva, 2016; Real Academia Española y asociación de Academias de la Lengua Española, 2009). En consecuencia, desde la etimología la palabra desarrollo implica no atropellar, ni empujar violentamente, en otras palabras, salir y sacar del estado de atropello o violencia.

Contrario a lo anterior, el vocablo desarrollo a partir de su noción de progreso y vinculado con el concepto de modernidad, fue utilizado en los años posteriores a la segunda guerra mundial para dividir los países en desarrollados y subdesarrollados, y las sociedades en modernas y tradicionales (o atrasadas) desde una mentalidad exclusivamente económica y desconociendo los procesos históricos, culturales, humanos y ecológicos específicos de cada región o país, buscando implementar el sistema económico de los países denominados desarrollados (Hissong, 1996). De allí, que se cuestione si los países denominados desarrollados son realmente desarrollados y si este tipo de progreso es sostenible o deseable para todas las sociedades (Servaes y Malikhao, 2007).

Es así como La Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), definió inicialmente la comunicación como el uso de técnicas, materiales y medios, pero luego cambió para hablar de la comunicación para el desarrollo, como un proceso social basado en el diálogo, la “participación e intercambio de conocimientos e información entre personas e instituciones, teniendo en cuenta las necesidades y capacidades de todos los actores involucrados en el proceso de desarrollo” (Chaves, 2017, p. 32).

Según Freire (s.f.) para que haya desarrollo debe haber un movimiento de búsqueda, una creación, y se debe dar en el tiempo consciente del ejecutor, por lo tanto, el desarrollo no es lo mismo que la modernidad, ya que en la modernidad se prolonga la dependencia a diferencia del desarrollo que genera independencia. Todo desarrollo es transformación, pero no toda transformación es desarrollo. En esta misma línea para Diaz Bordenave y Martins de Carvalho (1978), el desarrollo consiste en la permanente producción del hombre.

La visión de desarrollo debe por lo tanto partir del auto-desarrollo de la comunidad local, reconociendo que no hay “comunidades que funcionen de manera completamente autónoma y que sean completamente auto-suficientes y que tampoco existen naciones cuyo desarrollo esté exclusivamente determinado por factores externos” (Servaes y Malikhao, 2007, p. 45).

Por lo mismo Servaes (1999) objeta que no hay un patrón universal del desarrollo, por lo que recurriendo a una comprensión más integradora se remite a la expresión otro desarrollo, estableciendo seis criterios esenciales del mismo: su fin es satisfacer las necesidades básicas materiales y no materiales, es endógeno en tanto cada sociedad determina sus valores y visión de su futuro, es autoconfiable puesto que cada comunidad confía en sus fortalezas y recursos no solo humanos sino también del medio ambiente, racionaliza los recursos de la biosfera, por lo que es ecológico, implica la democracia participativa y, propone cambios estructurales para alcanzar las condiciones de auto-

gerenciamiento y participación en el proceso de decisión por parte de los afectados, cambios en materias como las relaciones sociales, las actividades económicas e inclusive la estructura de poder.

Por otro lado, Beltrán (2005) especifica que Flores Bedregal propone el concepto de Desarrollo sostenible, el cual involucra lo ecológico y lo social, además de lo económico, estableciendo seis funciones de la comunicación para el desarrollo sostenible: Promover este desarrollo; incentivar una ética de equidad y respeto a la ecología, a la cultura y a los derechos humanos, especialmente en el caso de las minorías; ser medio de expresión, participación social y política, servir de instrumentos de diagnóstico y solución en las problemáticas de las comunidades; promover el uso de canales locales y nuevas tecnologías en las poblaciones más desfavorecidas; contribuir a través de programas de desarrollo en la articulación de los procesos comunicativos (Flores Bedregal citada por Beltrán, 2005).

3.3 Cambio social

Es un proceso de transformación que consiste en la sucesión de diferencias, características o atributos de un acontecimiento o fenómeno social, que determina la situación de un sujeto o grupo social e implica una modificación de un estado anterior. Lo que insinúa un cambio estructural con implicaciones económicas, políticas y culturales. (Chaves, 2018)

El cambio es algo constitutivo de los fenómenos sociales y culturales, pues el ser humano tanto a nivel individual como colectivo constantemente se transforma, de allí que Fichter (1967) desde la sociología, establece tres condiciones para verificar los cambios sociales: el tiempo, el lugar y las personas afectadas. Además, especifica que los cambios requieren de ritmo (velocidad) y dirección (meta). El ritmo varía según las culturas, las sociedades, las comunidades y grupos sociales, y junto con la dirección dependen de la planeación o no del mismo.

En el cambio deliberado se prevé la dirección esperada y se unen esfuerzos para concretar el cambio anhelado a través del control social con planes y proyectos, que emanan de jefes, reformadores

o grupos de presión. Mientras que el cambio imprevisto responde a desastres naturales o circunstancias biológicas.

Según Fichter (1967) existen dos tipos de cambios simultáneos, el funcional y el estructural. El Funcional hace alusión al movimiento de las partes en relación unas con otras dentro de la estructura total y el movimiento de la estructura total se da a través del tiempo e implica el reajuste de la posición relativa de los seres humanos, las clases y los grupos, originando una reorganización progresiva de la sociedad.

Por otro lado, Fichter (1967) identifica cinco condiciones o circunstancias que posibilitan el cambio social, las cuales se complementan unas a otras:

1. Las nuevas necesidades pueden ser creadas, imaginarias o reales
2. La disposición para el cambio: refiriéndose a actitudes de expectación y previsión de los miembros de la sociedad las cuales dependen de los sentimientos de insatisfacción con el *status quo* y la confianza frente a los cambios.
3. La cantidad y calidad de conocimientos, refiriéndose a la flexibilidad y manejo de los mismos, en contraposición del caudal de conocimiento rígido, conservador y dogmático.
4. Los valores dominantes de la cultura, junto con la actitud y orientación de las personas frente a ellos. Cuando priman valores tradicionales y quietistas los cambios son lentos.
5. El grado de complejidad de la estructura social y cultural. Las diversas posiciones y clases, con especificación y división de funciones, junto con un proceso comunicativo, hacen viable las transformaciones.

En consecuencia, el cambio social es muy diverso y tiene diferentes abordajes y perspectivas, es un término ambiguo en el que se juntan el tiempo (sucesión), el espacio (acontecimiento) y la permanencia. No hay cambio si no se da un suceso en el tiempo y una permanencia (Chaves, 2018).

Para Chaparro (2009) es un objeto de estudio e implica una evolución, pero sin dirección concreta. De allí la necesidad de incluirlo dentro de los estudios de comunicación y desarrollo ya que la verdadera comunicación participativa y dialógica reconoce que comunicar y transformar son dos acciones estrechamente vinculadas, pues el objetivo último del proceso comunicativo es transformar, y a su vez dicha modificación debe contribuir a mejorar la comunicación ciudadana y la democracia. En consecuencia, el cambio social implica política, solidaridad y el imaginario sobre el cambio que tienen las personas vinculadas (Sierra, 2012).

3.4 Comunicación para el cambio social

La formulación conceptual de la comunicación para el cambio social - CCS - comienza en 1997, en unas reuniones auspiciadas por la Fundación Rockefeller, para discutir el papel de la comunicación en los cambios sociales donde participaron especialistas de comunicación y participación social (Gumucio, 2011).

El objetivo de la comunicación para el cambio social es fomentar los cambios sociales, permitiendo el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, las organizaciones y las comunidades, (Gumucio, entrevistado por Pérez, 2009), conceder voz y visualización a las mismas, especialmente las mayormente excluidas o vulneradas. Pero sin autodeterminación, sin control del territorio, la economía, los medios de producción y de reproducción social, no puede haber empoderamiento, de allí que Sierra (2012) recomiende reconsiderar una intervención transformadora partiendo de la diversidad y la diferencia.

El cambio social recibe impulso o retroceso de la cultura y la educación, pues como Freire (s.f.) lo especificó, la acción cultural como la educativa son formas organizadas, estructuradas e intencionales que inciden sobre la estructura social para transformarla o mantenerla. Además, un proceso comunicativo según Gumucio puede tener orígenes diversos, como fue el caso de varias emisoras comunitarias en América Latina, que comenzaron gracias a la Iglesia Católica, sin implicar actualmente

pertenencia, ni proselitismo de la misma. Pues quienes entienden la comunicación como proceso facilitador, se insertan en el mismo aun desconociendo la transformación o incidencia social resultante del mismo. (Gumucio, entrevistado por Pérez, 2009).

Lo anteriormente expresado, no excluye los siete propósitos de la comunicación para el cambio social establecidos por Gumucio (20011): Sostenibilidad de los cambios sociales; amplificación de las palabras y reclamos de los más pobres; comunidades gestantes de sus propios cambios y procesos comunicativos; impulsar el diálogo, el debate y la negociación en el interior de la comunidad; evidenciar y concientizar las consecuencias y resultados de las normas sociales, la cultura y el contexto; asegurar la identidad cultural, así como la confianza, el compromiso, la apropiación de la palabra y el fortalecimiento comunitario; y promoción de un proceso cíclico de interacciones desde el conocimiento compartido por la comunidad y desde la acción colectiva.

Adicionalmente Gumucio (2011) también identifica cinco características o condiciones de la comunicación para el cambio social: Apropiación y participación de la comunidad en el proceso comunicativo y en sus contenidos; intercambio cultural a través del diálogo y el respeto por las diferencias; fortalecimiento del saber comunitario e intercambio de conocimientos generacionales; utilización de instrumentos comunicativos apropiados en cada fase del proceso comunicativo; y, creación de redes que contribuyan a acrecentar el compartir conocimientos y experiencias similares con otras comunidades promoviendo la consolidación de los procesos (Gumucio, 2011).

Capítulo IV

4. Metodología

Buscando responder la pregunta problema ¿Cuál es la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio Social en sus mensajes en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023? Se opta por el análisis de contenido cualitativo entendido como una técnica de interpretación de textos a partir de su descomposición y clasificación (Losito, 1993, como se citó en Herrera, 2018). Según Herrera (2018) este análisis es un procedimiento deductivo y temático ya que implica “un estudio de contenido manifiesto y posteriormente latente aplicado a diferentes tópicos y temas” (p.129).

Cáceres (2003) establece seis pasos metodológicos para el análisis de contenido: En primer lugar, definir la postura teórica desde la cual se abordará el análisis, que para este caso es la comunicación para el cambio social sintetizada en el marco teórico de este trabajo de investigación.

En segundo lugar, el desarrollo del preanálisis, el cual implica tres objetivos: reunir el corpus de contenido, formular guías para el análisis y establecer indicadores de los temas presentes en el corpus. En este sentido, a partir del Concilio Vaticano II, en el Decreto Inter Mirifica de 1963 -sobre los medios de comunicación- se constituyen y organizan las Jornadas Mundiales de Comunicación social, que han sido llevadas a cabo desde 1967 a la cabeza de los Papas Pablo VI, Juan Pablo II, Benedicto XVI y Francisco, quienes han invitado al encuentro mediante la entrega de un mensaje que orienta el desarrollo de la jornada. Para efectos de esta investigación, el corpus de contenido fueron los 57 mensajes emitidos por los Papas desde 1967 hasta el 2023 en el marco de dichas jornadas.

Un tercer momento consiste en la definición de las unidades de análisis, las cuales corresponden a unidades de registro gramaticales escritas compuestas por frases y párrafos que se reconocieron como relevantes debido a que abordaban la postura teórica de base (Comunicación para el Cambio Social) y otras categorías relacionadas, dando como resultado 307 unidades de análisis gramaticales.

Tabla 1

Número de citas seleccionadas por mensaje y autor. (Elaboración propia)

Año del mensaje	Papa	# Citas seleccionadas
1967		5
1968		3
1969		4
1970		4
1971		9
1972		4
1973	San Pablo VI	0
1974		0
1975		9
1976		12
1977		4
1978		6
1979		1
1980		2
1981		3
1982		2
1983		8
1984		6
1985		7
1986		4
1987		14
1988		9
1989		2
1990	San Juan Pablo II	3
1991		3
1992		3
1993		1
1994		2
1995		3
1996		4
1997		2
1998		2
1999		1
2000		2
2001		1

2002		2
2003		10
2004		2
2005		7
<hr/>		
2006		8
2007		2
2008		9
2009	Benedicto XVI	10
2010		2
2011		9
2012		5
2013		6
<hr/>		
2014		13
2015		8
2016		12
2017		3
2018	Francisco	14
2019		9
2020		6
2021		11
2022		7
2023		7
<hr/>		
Total citas Papales		307

El cuarto paso es el establecimiento de reglas de análisis y códigos de clasificación. En esta investigación, los CÓDIGOS identifican cada una de las citas de los mensajes Papales a las jornadas mundiales de la comunicación social que han sido tomadas. Comienza dicha codificación con dos letras en algunos casos acompañadas de números romanos referenciando el nombre del papa correspondiente, así: "PAVI" para indicar a Pablo VI, "JPII" en referencia a Juan Pablo II, "BEXVI" para Benedicto XVI y FR para Francisco. A continuación, dos números arábigos que corresponden al año del mensaje (Ej. PAVI67) y, por último, un guion seguido de otro número arábigo que numera las unidades de registro de un mismo mensaje. En la tabla 2 se puede ver un ejemplo de codificación para cada Papa. (Ver anexo 1. Tabla de codificación de unidades de registro).

Tabla 2

Ejemplos de código de clasificación. (Elaboración propia)

Codificación	Unidades de registro
PAVI67-1	"El hombre se ha convertido en ciudadano del mundo, copartícipe y testigo de los acontecimientos más remotos y de las vicisitudes de toda la humanidad" (Pág. 1).
JPII79-1	"La utilización de los medios de comunicación social, en relación con los niños, como una cosa de importancia capital, no solamente en función de una iluminada formación que, además de desarrollar el sentido crítico y —podría decirse— la autodisciplina en la elección de programas les promueva realmente en un plano humano, sino también en orden a la evolución de toda la sociedad en la línea de la rectitud, de la verdad y de la fraternidad." (Pág.3)
BEXVI06-1	"Los medios como una red que facilita la comunicación, la comunión y la cooperación." (Pág.1)
FR14-1	"Los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos. Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros." (Pág.1)
FR23-7	"En el dramático contexto del conflicto global que estamos viviendo, es urgente afirmar una comunicación no hostil. Es necesario vencer «la costumbre de desacreditar rápidamente al adversario aplicando epítetos humillantes, en lugar de enfrentar un diálogo abierto y respetuoso» Necesitamos comunicadores dispuestos a dialogar, comprometidos a favorecer un desarme integral y que se esfuercen por dismantelar la psicosis bélica que se anida en nuestros corazones; (...) comunicadores no ensimismados, sino audaces y creativos, dispuestos a arriesgarse para hallar un terreno común donde encontrarse. (Pág. 4)

El quinto paso consiste en el desarrollo de categorías que emergieron del análisis de las unidades de registro de los mensajes en las JMCS de cada uno de los papas a través de nubes de palabras en la plataforma NVivo. Para el caso de San Pablo VI, se procesaron 60 citas en 11 mensajes (Ver imagen 1); de San Juan Pablo II se procesaron 106 citas en 27 mensajes (Ver imagen 2); de Benedicto XVI se procesaron 51 citas en 8 mensajes (Ver imagen 3); y, 90 citas en 10 mensajes del Papa Francisco (Ver imagen 4).

El sexto y último paso es la integración final de los hallazgos en la que se incorporan las categorías emergentes más relevantes encontradas en los mensajes de cada uno de los Papas, y se



Benedicto XVI autor de ocho mensajes a las JMCS, de los cuales se extrajeron y posteriormente se procesaron 51 citas con referencias implícitas o explícitas a la comunicación y el cambio social, dando como resultado esta nube de palabras con su correspondiente mapa de ramificaciones.

Imagen 4

Nube de palabras Francisco. (Elaboración propia a través de plataforma N-Vivo).



Francisco autor de diez mensajes a las JMCS (entre 2014 y 2023), de los cuales se extrajeron y posteriormente se procesaron 90 citas con referencias implícitas o explícitas a la comunicación y el cambio social, dando como resultado esta nube de palabras con su correspondiente mapa de ramificaciones.

Capítulo V

5. Resultados

Al responder a la pregunta que suscita esta investigación ¿Cuál es la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio Social en sus mensajes en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social de 1967 al 2023? se alcanzaron los tres objetivos específicos planteados, identificando inicialmente las citas relevantes debido a que abordaban la postura teórica de base (Comunicación para el Cambio Social) y otras categorías relacionadas como ciudadanía y participación en los mensajes de las JMCS.

En un segundo momento se analizan a través de la plataforma NVivo las unidades de registro, teniendo como resultado las categorías emergentes de cada uno de los Papas (segundo objetivo específico) representadas en las nubes de palabras.

Finalmente, analizan temas relevantes de cada Papa respecto a la comunicación y el Cambio Social, que corresponde al tercer y último objetivo específico de esta investigación.

Tabla 3

Temas relevantes de cada Pontífice. (Elaboración propia)

Papa	Temas relevantes
San Pablo VI	Social, medios, hombre, vida, comunicación, verdad y bien.
San Juan Pablo II	Humana, justicia, verdad, paz, bien, social e información.
Benedicto XVI	Social, mundo, nuevas, comunicación, personas-persona, medios y redes.
Francisco	Comunicar, historias, verdad, personas, encuentro, escuchar, bien y lugar.

A partir de esta tabla 2 ya se evidencian temáticas comunes entre los pontífices, a primera vista, para los cuatro es notoria la referencia al ser humano en sus mensajes a las JMCS, aunque con diferentes expresiones (como hombre, humana, persona-personas) siendo este un tema vinculado de manera transversal con la comunicación social en todos los mensajes analizados. La alusión a lo social es frecuente para los tres primeros Papas (San Pablo VI, San Juan Pablo II y Benedicto XVI); incluso el

asunto de la verdad es igualmente recurrente en los textos de San Pablo VI, San Juan Pablo II y Francisco.

El término comunicación es utilizado con mayor frecuencia por San Pablo VI y Benedicto XVI, ya que Francisco en lugar de este sustantivo, emplea con mayor frecuencia los verbos comunicar y escuchar. Y, tanto en los mensajes de San Pablo VI, como en los de Benedicto XVI es habitual la referencia a los medios, mientras que la alusión frecuente al bien la comparten San Pablo VI, San Juan Pablo II y Francisco.

Por otro lado, también se encontraron términos utilizados de manera específica por cada uno de los pontífices: en los mensajes de San Pablo VI vida; en los de San Juan Pablo II justicia y paz; en los de Benedicto XVI mundo, nuevas y redes; y, en los de Francisco encuentro, escuchar, historias y lugar.

A partir de todos estos hallazgos se presenta a continuación el análisis del contenido de los mensajes de cada Papa en las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social, en su orden cronológico.

5.1. San Pablo VI

Como autor de los doce primeros mensajes a las JMCS, se obtuvo el mapa de ramificaciones de la plataforma NVivo (ver imagen 5) respecto a los términos más relevantes utilizados por este pontífice en el siguiente orden: Hombre, medios, comunicación, social, vida, verdad y bien.

5.1.1 Comunicación

La concepción de la comunicación para San Pablo VI está relacionada con términos como bien, verdad, diálogo, derechos, valores, servicio, hechos, familia y paz.

Identifica de manera recíproca los conceptos de comunicación y comunión especificando que "Si la comunicación no es ya por sí misma una comunión, puede ser el camino privilegiado para alcanzarla." (Pablo VI, 1971, p.3), involucrando en su comprensión de la comunicación la relacionalidad humana. La palabra camino, en esta frase citada puede interpretarse como proceso, implicando también este concepto en su concepción de comunicación.

En esa misma línea de proceso, pero con una noción tradicional de la comunicación (emisor - mensaje – receptor). comprende la comunicación social a partir de dos actores: el comunicador y el público (refiriéndose a lectores, espectadores y oyentes). Caracteriza al primero como un facilitador, intermediario, maestro y guía para la comprensión de realidades y de los acontecimientos a la luz de la **verdad** y les exhorta a ser conscientes de las responsabilidades que les incumbe por su oficio, a consecuencia del impacto que generan en la información, en las estructuras de pensamiento y en la vida de sus receptores, les insiste en la objetividad que deben tener en la elección y presentación de los **hechos** para **servir** realmente a la reconciliación, invitando a que adquieran una preparación y competencias adecuadas.

Enfatiza que el conocimiento de la **verdad** integral es posible únicamente con el esfuerzo conjunto entre comunicadores y receptores, endilgando mayor responsabilidad a los primeros, ya que ellos están obligados a presentar junto con los hechos, elementos de juicio y orientaciones para hacerlos comprensibles al público. Por ello, y en relación con el **derecho** invita a los comunicadores a que defiendan y acrecienten su libertad de expresión, advirtiéndoles que el fundamento de esta libertad radica en la **verdad** y en el afecto a todo el género humano.

En cuanto al segundo actor, es decir el público, le pide una renovación de sus actitudes pasivas y el formar un juicio crítico, ya que todos los involucrados son cómplices del tipo de comunicación en el cual se encuentran sumergidos.

Además, solicita la intervención de la autoridad pública en beneficio de una comunicación social de la cultura, para que garantice el respeto de los **hechos**, las opiniones y la búsqueda de la **verdad**.

Reconoce que a través de la comunicación se pueden potencializar cambios sociales, mecanismos denunciadores de situaciones de injusticia y abusos, nuevas formas de difusión del conocimiento y de la cultura, evidenciando una comprensión dualista de la comunicación, ya que el

favorecer transformaciones sociales y el llevar a cabo denuncias, es propio de la CCS (Comunicación para el Cambio Social), mientras que la difusión es inherente de la comunicación difusionista.

Así mismo, invita a difundir la **verdad** en las mentes, el **bien** en los corazones y la coherencia en las obras para colaborar a la elevación de la humanidad y a la construcción “de una sociedad nueva, más libre, más consciente, más responsable, más fraterna, más digna” (Pablo VI, 1967, p.2), entremezclando nuevamente las dos miradas de la comunicación social: la difusionista y la del cambio social.

Por ello que, aunque especifica la necesidad de dar la palabra a los receptores en una relación de **diálogo**, y en favorecer y orientar ese diálogo hacia los problemas de mayor importancia, exigiendo a los comunicadores continuo contacto con la sociedad y dar activa participación a los receptores (Pablo VI, 1978) ¿Cómo se genera un diálogo cuando se entiende al ser humano como un receptor de información?

Y aun, cuando reconoce al receptor un rol activo en el proceso formativo de la comunicación; al diálogo como proceso transformador y a la comunicación participativa como potencializadora de transformación, ¿Cómo se logra todo esto si se comprende la comunicación como un proceso difusionista? En consecuencia, pese a que se evidencia una inquietud de la comunicación como eje de transformación, no es claro el cómo se logra.

Por otro lado, también establece dos objetivos de la comunicación: Contribuir a la reconciliación de todas las personas, y aportar a la unidad y solidez de los cristianos. Siendo el primero de interés más general.

5.1.2 Medios

San Pablo VI comprende los medios de comunicación en relación con términos como vida, verdad, deberes y derechos, responsabilidad, servicio, información, libertad y cristianos.

Concibe los medios como instrumentos con potencialidades de apertura, de contacto, de participación y de comunicación siempre y cuando estén al **servicio** de todos los hombres, pero no

propone o explica cómo llegar a ello. Implícitamente al colocarles a estos medios la posibilidad de comunicar, se insinúa que no siempre los medios de comunicación ejercen su función comunicadora, algo contradictorio a su denominación, de allí que él mismo se cuestiona si realmente los medios de comunicación ayudan o no a **informar** y a formar.

Insiste en un diálogo permanente entre la audiencia y los **responsables** de los medios de comunicación social para que esta dé a conocer sus deseos y sus críticas, respecto a los contenidos emitidos, reconociendo un papel primordial en el proceso comunicativo a los destinatarios de los medios, sin embargo, no especifica el cómo realizar ese diálogo, o cómo poner estos medios en función de la comunicación participativa.

Reconoce en los medios posibilidades para **informar**, presentar y descubrir los problemas reales del mundo, formar para la búsqueda de los valores auténticos de la **vida** y de los **cristianos** ayudando a que los espectadores (televidentes, lectores u oyentes) adquieran conciencia de los **verdaderos** problemas de la humanidad, pero al referirse a los usuarios como espectadores les otorga un papel pasivo, como de receptores de información lo que semánticamente se opone a esa concientización propuesta.

Admite que estos medios pueden **servir** a las personas para conocerse y apreciarse con sus diferencias legítimas, superando con comprensión los obstáculos, promoviendo la solidaridad, la búsqueda del bien común de todos los hombres, la paz, la comprensión, el respeto y la reconciliación, pero que también, pueden contribuir a la discriminación y explotación, de personas, comunidades o pueblos. Por ello, recuerda que los medios de comunicación deben velar por la protección de **derechos** connaturales al ser humano y denunciar las injusticias y vulneración de los mismos.

Identifica en los medios de comunicación tres funciones una educativa, una **informativa** y una instrumental, especificando que de las dos primeras formativa-informativa depende el **derecho** a una

exacta y completa **información**, así como el conocimiento de los hombres acerca de sus propios **derechos y deberes**.

La función **informativa** para San Pablo VI, consiste en develar los aspectos de la realidad, facilitando la aproximación a la misma, a través de un acercamiento profundo y objetivo al mismo tiempo, especificando que lo anterior, es especialmente complicado cuando son realidades de sufrimiento humano.

En relación con la última función, la instrumental, advierte la utilización de los medios de comunicación para reforzar egoísmos personales y colectivos; el ocultamiento o silencio de estos medios frente a manifestaciones de oposición; el suscitar nuevas y falsas necesidades; el fomentar la sed de placeres, multiplicar ocios estériles y enervantes, el uso de los mismos al servicio del capitalismo, la desvirtualización de la **verdad** y la divulgación de contenidos contra los valores familiares.

Invita a los artífices y a los usuarios de los medios a rechazar lo que impida el diálogo, lo que oculte los **deberes y derechos** de cada uno, lo que incite la incomprensión, el odio, y todo aquello que sea contrario a la paz, la fraternidad y a la búsqueda de la **verdad** en **libertad**. Los medios deben servir a la comprensión, el respeto, la aceptación de los demás en la caridad y el perdón. Como instrumentos de diálogo y de conocimiento recíproco.

Realiza insistentes recomendaciones a los usuarios de los medios para que formen un sentido crítico que les permita valorar los contenidos e intervenir con iniciativas sobre los medios y les advierte que estos medios audiovisuales pueden ocasionar aislamiento entre las personas cuando se hace uso excesivo de los mismos.

cada hombre debe ser ayudado a conseguir la necesaria capacidad de juicio autónomo para que pueda escoger libremente entre las distintas opiniones presentadas en los medios.

Reconoce que el hombre puede tener buena voluntad para fomentar unión y **fraternidad**, aunque también identifica entre los hombres y pueblos manifestaciones de oposición y desgarramiento, por ello enfatiza que la Iglesia ve positivamente el entrelazado de relaciones e intercambios entre personas y grupos sociales, y desde este punto de vista admite que la publicidad puede convertirse en instrumento sano y eficaz para la ayuda mutua al ser humano, siendo respetuosa del hombre, veraz, prudente, atenta a la elección de las circunstancias y a los modos de presentación.

5.1.4 Social

Lo social para San Pablo VI se encuentra en relación con términos como hombre, (persona, humana), derecho y fraternidad.

San Pablo VI reconoce e invita a no subestimar las tensiones sociales existentes entre países industrialmente desarrollados con los denominados del tercer mundo, entre grupos e instituciones sociales, entre clases sociales y **personas**, entre partidarios de sistemas ideológicos o políticos opuestos.

Denuncia que en muchos casos se vulnera la posibilidad de adquisición o el ejercicio de los **derechos** humanos, que algunas de estas situaciones se hacen públicas, mientras otras se ocultan o se justifican. De allí que insista en que estos medios deben velar por la protección de **derechos** connaturales al **hombre** y denunciar las injusticias y vulneración de los mismos.

Enfatiza entre otros, en dos **derechos** inherentes a la **persona**, en primer lugar, en el **derecho** a una información exacta y completa, llegando a afirmar que el conocimiento de los **hombres** acerca de sus propios **derechos** y deberes depende en su mayoría del ejercicio informativo y formativo de los medios de comunicación. Así mismo, explica que este **derecho** a la información es violado cuando los acontecimientos más importantes son distorsionados, seleccionados e incluso callados, obedeciendo a intereses ideológicos.

En segundo lugar, en el **derecho** a “participar en las decisiones que influyen en la vida de los individuos y de los pueblos, como es el derecho a profesar y testimoniar, individual y colectivamente, la propia religión, sin que por ello se sufra discriminación o castigo” (Pablo VI, 1976, p.2).

Identifica como signo de **fraternidad** el entretejido relacional y de intercambio dado entre **personas** y grupos sociales, así como de signo de solidaridad y el llamado urgente de los pueblos a una justicia superior en búsqueda de la paz.

5.1.5 Vida

La vida para San Pablo VI está en relación con términos como deberes, responsabilidad, información y libertad.

Dentro de sus mensajes a las JMCS se encuentran las diferentes expresiones donde involucra este término. Alusiones como “sector de la vida moderna”, “vida individual y social”, “orientación de vida”, “derecho a la vida”, “coherencia entre pensamiento y vida”, y “valores de la vida humana”.

Utiliza la expresión “importante sector de la vida moderna” (Pablo VI, 1967, p.2) para referirse al campo profesional de la comunicación, insistiendo en los **deberes y responsabilidades** que en consecuencia le atañen a quienes laboran en este sector.

“Vida individual y social” (Pablo VI, 1975, p.1) la emplea para advertir sobre la influencia positiva o la manipulación que ejercen los medios masivos de comunicación, a través de la **información** que emiten, la cual puede estimular esfuerzos de **libertad** del ser humano o por el contrario legitimar la explotación e incentivar la discriminación.

La orientación de vida también es mencionada como un sujeto pasivo del impacto que ejerce la información, y por ello relacionada con la **libertad** de expresión y las **responsabilidades** de los comunicadores. De allí la exigencia de “coherencia entre pensamiento y vida” (Pablo VI, 1976, p.4) que hace este Pontífice a los que actúan en los medios masivos.

Por último, alude a realizar una “confrontación con los verdaderos valores de la vida humana” (Pablo VI, 1977, p.1) como criterio para un continuo mejoramiento del complejo fenómeno de las comunicaciones.

5.1.6 Verdad

Desde el mapa ramificado en la imagen 5 la verdad para San Pablo VI se encuentra en relación con términos como medios, comunicación, deberes, derechos, responsabilidad, servicio y libertad.

Identifica una verdad “abstracta o filosófica” y una “concreta y diaria de los sucesos particulares”, reconoce que ambas pueden ser conocidas por el hombre quien no debe renunciar a su búsqueda y quien debe tener su capacidad crítica atenta para poder percibir sus posibles desviaciones.

Presenta la verdad como aquella que **debe** ser dada a conocer, enseñada, o explicada por los **comunicadores** al público (Pablo VI, 1967), e incluso difundida en las mentes (PAVI67-3), como aquella que fundamenta la libertad de expresión junto con la en la **responsabilidad** de quien comunica.

En referencia a la verdad concreta, explica que cada suceso tiene su propia verdad, compuesta de varios aspectos, los cuales muchas a veces no son comprensibles en su totalidad, por lo que se requiere del esfuerzo conjunto entre **comunicador** y audiencia para que el acontecimiento sea comprendido en su verdad íntegra.

Utiliza las expresiones “esfuerzos que verdaderamente contribuyen a **liberar** al hombre” (Pablo VI, 1975, p.1) y “verdaderos problemas de los demás” (Pablo VI, 1971, p.7) para especificar la potencialidad que tienen los **medios** de comunicación de concientizar a su audiencia respecto a estos.

Especifica que la búsqueda y goce de la verdad excluyen la manipulación de la audiencia por su insuficiente preparación, que cuando se ahoga la verdad por intereses económicos o con violencia es el ser humano quien resulta lesionado y que en los **medios** lo verdadero puede aparecer mezclado con lo falso. Por lo tanto, exige a las autoridades públicas “la cuidadosa búsqueda de la verdad” (Pablo VI, 1976, p.4), y que salvaguardé los valores supremos del ser humano.

Identifica que el fenómeno de las **comunicaciones** exige una constante mejora resultado de la confrontación con los verdaderos valores humanos y la cooperación imprescindible de todos los que determinan el proceso comunicativo, de allí la reiterada insistencia en una verdadera relación de diálogo entre comunicadores y receptores.

5.1.7 Bien

El bien para San Pablo VI se encuentra en relación con términos como comunicación, diálogo, valores, hechos y familia.

El bien común es mencionado como uno de los valores auténticos que deben llevar a saborear la comunicación social (Pablo VI,1970, p. 2).

Invita a que los esfuerzos de los comunicadores contribuyan a “la adhesión al bien en los corazones,” (Pablo VI,1967, p.2) de las personas. Recuerda que “la tutela del bien común dentro del respeto de las legítimas libertades” corresponde a los poderes públicos (Pablo VI,1967, p.3).

Reconoce las potencialidades de los medios de comunicación para la promoción de la solidaridad en la búsqueda del bien común de todos los hombres.

5.2 San Juan Pablo II

Como autor de veintisiete mensajes a las JMCS, se obtuvo el siguiente mapa de ramificaciones de la plataforma NVivo (ver imagen 6) respecto a los términos más relevantes utilizados por este pontífice en el siguiente orden: paz, justicia, social, humana, verdad, bien e información.

5.2.1 Paz

La comprensión de la paz para San Juan Pablo II está en relación con los términos humana, diálogo, pública, sociales, verdad, libertad, pueblos, servicio, respeto y solidaridad.

Define la paz como un bien superior que se consigue mediante la integración de todos, teniendo el **diálogo** como método de reconocimiento a la existencia y expresión de todas las partes. Por lo que

especifica que, para ser auténticos instrumentos de paz, se deben superar los argumentos unilaterales y los prejuicios propiciando un ambiente de comprensión y de **solidaridad**.

Reconoce en las comunicaciones **sociales** una plataforma de **diálogo** e intercambios que puede ayudar a una estrategia de confianza a cambio de un equilibrio o régimen de terror, (Juan Pablo II, 1987), admitiendo así de manera explícita el papel transformador de la comunicación social.

En esa misma línea, advierte que la paz solo es posible mediante una estrategia global de comunicación que involucre “información, recreación, publicidad, creación artística, educación, sensibilización para con los valores culturales” (Juan Pablo II, 1987, p.2).

En consecuencia, los medios masivos de comunicación pueden construir puentes entre los **pueblos**, si superan barreras ideológicas y políticas, fomentan la integración y la **solidaridad** fraterna, rompiendo los círculos de violencia, venganza y agresiones, por ello invita a poner la estrategia comunicativa al **servicio** de la justicia y de la paz, para generar confianza.

De allí que los profesionales de los medios deben ser operadores de paz, están especialmente llamados a incentivarla en todos los lugares del mundo, brindando la información serena e imparcial, favoreciendo el entendimiento, impulsando la reflexión sobre los diferentes puntos de vista, a través del **diálogo**, la comprensión y la **solidaridad**; promoviendo la unidad, el entendimiento, el respeto mutuo, la comprensión, la reconciliación y la misericordia entre las naciones.

A su vez, especifica que en favor de la paz se debe crear una opinión **pública** que reconozca los derechos y justas aspiraciones de todos los **pueblos**, que concientice contra la discriminación racial y el nacionalismo exasperado y que exija la resolución pacífica de los conflictos. Lo anterior porque los principios rectores de los **pueblos** según San Juan Pablo II (1986) “dependen en su **mayor** parte de las opiniones y sentimientos de las multitudes” (p.3).

contrario "las injusticias y los desórdenes en este sector favorecen situaciones conflictivas" (Juan Pablo, 1983, p.2).

Identifica como injusticia la discriminación económica o social y, particularmente la realizada hacia la mujer, por lo que afirma la urgencia de alcanzar la efectiva igualdad de la mujer en todas sus áreas: En la laboral idéntico salario y protección frente a por un mismo trabajo y justa promoción en la carrera; reconocimiento igualitario en el **derecho** de familia y en todos los demás **derechos** ciudadanos.

En esta misma línea, enfatiza que contribuyen a reforzar la justicia quienes "hacen oír la voz de los que están privados de ella" (Juan Pablo II, 1988, p. 2). Y admite que los **medios de comunicación** evidencian las injusticias que se infringe las personas de manera recíproca por diversos pretextos por lo que exhorta a no quedarse exclusivamente como simples espectadores, sino a tomar acciones bondadosas en favor de la justicia, derrotando el mal con **bien**.

Manifiesta que los **medios masivos de comunicación**, pueden contribuir a la actuación de la justicia, aunque no especifica el cómo. También advierte que, si la justicia es olvidada o dejada de lado, puede producir "sectarismo, escándalos, sumisión a los poderosos o condescendencia a la razón del Estado" (Juan Pablo, 1986, p.3).

Por otro lado, plantea como problemas de la justicia social el hambre y el subdesarrollo, especificando que su solución, está en que sean expuestos por la opinión pública, "sólo bajo la vigorosa presión de ésta los responsables políticos y económicos de los países ricos serán inducidos a ayudar a los países en vías de desarrollo." (Juan Pablo II, 1986, p.3). En consonancia afirma que "la información cualificada de la opinión pública tiene una influencia directa sobre la promoción de la justicia y de la paz" (Juan Pablo II, 1987, p. 1)

Enuncia como obstáculo de las obras de justicia, la desconfianza originada por la parcialidad y la intolerancia social, política o religiosa. La justicia requiere de la confianza para no ser "justicia contra" o

“justicia fría” pues la auténtica y la verdadera es la "justicia para" y la "justicia con" cada **persona** humana.

La obra de la justicia que se realiza en nosotros como fruto de la inteligencia, consiste en la capacidad de **liberarnos** de la **violencia** para poder inventar la paz, pues hay una relación de causalidad entre la injusticia y la guerra; una injusticia genera **violencia** e incluso puede desembocar en la guerra. Por ello invita a renunciar a las raíces de toda **violencia** e injusticia, para ser coherentes en el momento de denunciarlas.

Insiste en que se divulguen todas las iniciativas y esfuerzos que contribuyan a comprender y **vivir** la justicia, así como en la responsabilidad de todos con relación al destino de la misma.

Reconoce la presencia de injusticia en muchos lugares del mundo, a causa del terrorismo, los conflictos entre diferentes **pueblos** y la explotación e incentiva a conseguir una mayor justicia universal, utilizando los nuevos sistemas de conservación e intercambio de datos

5.2.3 Social

Desde el mapa ramificado en la imagen 6, es evidente que la comprensión de lo social para San Juan Pablo II está en relación con los términos información, cultura, medios, opinión y acceso.

En relación con los **medios** de comunicación afirma que ellos son reflejo de la sociedad y que a su vez contribuyen a moldearla. Los caracteriza como vehículos de intercambios **culturales**, de apertura y reflexión de realidades ajenas; e incluso los define como un nuevo areópago en cuanto espacio público, similar a un gran foro romano donde se debatía respecto a la política, lo económico, lo social y lo religioso; y donde se evidenciaba la vida social de la ciudad, su **cultura** y las interrelaciones humanas.

Enfatiza que el fin y la medida del uso de estos instrumentos lo constituyen los seres humanos y sus comunidades. Pero advierte sobre la influencia de los **medios** en la vida política y social moldeando las relaciones humanas, así como en los comportamientos individuales, familiares y sociales.

Específica que utilizando la función formativa de estos medios comunicativos y desarrollando en sus usuarios el sentido crítico y la auto-disciplina para la **elección** de los contenidos, les incentiva la humanización y transformación social. Reconoce que pueden ayudar a fomentar la comprensión, la afinidad y la fraternidad entre los hombres. Así como a evidenciar ante la sociedad, ciertos reclamos requeridos para la atención y condiciones de vida de diferentes grupos sociales, y con todo lo anterior propiciar la creación de comunidad a través del intercambio de **información** veraz e ideas constructivas.

Manifiesta también, que los **medios** al difundir orientaciones humanas y cristianas contribuyen a incentivar el apoyo de iniciativas humanitarias, educativas, sociales y religiosas, justificando así un interés difusionista. En esa misma línea, afirma que se pueden favorecer el encuentro entre fe y **cultura**, a través de los instrumentos de comunicación, si ellos posibilitan el acercamiento entre las personas y promueven la formación de una comunidad consciente de promover este encuentro a nivel familiar, laboral y en las relaciones sociales.

Sin embargo, igualmente especifica que la imparcialidad en la organización y la equitativa participación en los beneficios de la comunicación social proporciona un entorno favorable para el diálogo ciudadano; el intercambio entre los pueblos y las **culturas**, resaltando que en el diálogo se reconoce la existencia de las partes a las que se les da participación en el mismo y por lo tanto la necesidad de su integración.

Insiste en la necesidad de incentivar un humanismo integral fundamentado en la dignidad del ser humano, los derechos humanos, y la "solidaridad **cultural**, social y económica entre personas, grupos y naciones, con la conciencia de que una misma vocación agrupa a toda la humanidad." (Juan Pablo II, 1983, p. 2), por ello insiste en que la comunicación debe darse de persona a persona, de comunidad en comunidad, buscando el desarrollo integral de las mismas.

Define la **cultura** a nivel particular como un modo de existir y ser del hombre, y a nivel comunitario como el conjunto de vínculos interhumanos y sociales que garantizan la existencia humana.

Por otra parte, denuncia la falta de libertad que tienen muchas personas al momento de elegir respecto a sus destinos, por ser censurados e incluso subyugados por regímenes totalitarios, extinguidos por sistemas ideológicos, manipulados por una ciencia totalizante y unificadora, sometidos a imposiciones de fuertes grupos de presión económicos, políticos y **culturales**, o condicionados por comportamientos despersonalizados impuestos en la sociedad.

Considera los instrumentos o tecnologías de la comunicación como parte integrante de una **cultura** inacabada con implicaciones aún inciertas y potencialidades explotadas parcialmente. y los caracteriza como **medios** de comunicación pública porque deben estar siempre al servicio del bien común, es decir, del bienestar de la sociedad, sin importar si son o no constituidos de manera privada. En consecuencia, exige que no respondan exclusivamente a intereses comerciales, propagandísticos o manipuladores de grupos políticos, económicos o sociales.

Exalta la posición privilegiada de los comunicadores de los **medios** para impulsar la conciencia social siendo defensores y portavoces de los marginados, pero también reconoce que el **acceso** a los diferentes medios de comunicación para muchas personas es insuficiente o totalmente carente; por lo que exhorta a que se garantice para todos los sectores de la sociedad el **acceso** a la **información**, como a "la toma de decisiones y determinación de sobre los contenidos de los medios, y en la determinación de las estructuras y líneas de conducta de las comunicaciones sociales." (Juan Pablo II, 2003, p. 3), más aún cuando dichos instrumentos de comunicación son el único instrumento **informativo** y formativo.

5.2.4 Humana

Retoma la expresión **familia humana** en tres de sus mensajes a las JMCS, término ya enunciado por San Pablo VI (en el V mensaje a JMCS), para referirse a la humanidad en general. San Juan Pablo II, específica respecto al mismo que los problemas de esta gran familia humana podrían conocerse y hacerse parte de los intereses de la comunidad o comunidades locales con la ayuda de los medios de comunicación. Que esta familia humana es afectada por el bien universal, por lo que evidencia la

necesidad de promover su unidad a través de los medios para que el bien común acoja sus necesidades e intereses. También utiliza la expresión **civilización humana** para referirse a la comunidad internacional amenazada por la destrucción atómica.

San Juan Pablo II en su mensaje a la XXII JMCS comienza manifestando el anhelo de que se equipare **solidaridad humana** con comunicación y la acción de comunicar con la de fraternizar, e identifica como valores que sustentan la fraternidad y la **solidaridad** humanas, el respeto, el diálogo, la justicia, la ética, la libertad, la igualdad, la paz, la dignidad humana, y la participación.

Reconoce que las libertades de todos los individuos y pueblos son esenciales para una **vida plenamente humana** y por ello exhorta a que en la conservación e intercambio de datos producto de las nuevas tecnologías se respeten y promuevan la justicia social, los derechos humanos y el desarrollo personal y comunitario.

Recuerda que “la **persona humana** y la **comunidad humana** son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación **social**; la comunicación debería realizarse de personas a personas, con vista al desarrollo integral de las mismas”. (Juan Pablo II, 2005, Pág. 2). Ve como signo esperanzador la evolución científica, tecnológica y médica, al servicio de la **vida humana** de allí que establezca el respeto a la verdad y a la dignidad de la **persona humana** como criterios éticos fundamentales de la comunicación.

Observa cómo los medios de comunicación presentan las limitaciones de la **condición humana**, junto con la maldad de las personas y de la sociedad; por lo que advierte que la búsqueda de la verdad (en relación con los hechos, las informaciones, el bien común, la naturaleza y el destino del ser humano y de la sociedad) así como el derecho a compartirla son indispensables en la **comunicación humana**.

5.2.5 Verdad

La comprensión de la verdad para San Juan Pablo II está en relación con libertad, pueblos, servicio y respeto.

Advierte que su manipulación produce desorientación, escándalos, sectarismo, sumisión o condescendencia equivocada. Recuerda a los profesionales de la comunicación que ellos tienen deberes deontológicos respecto a la verdad, al público y al bien común, lo que conlleva una verdadera misión, y que por tanto deben desempeñar fielmente su función al **servicio** de la misma, les exige resistir a los poderes económicos y políticos que les presionan a adaptar la verdad para satisfacer sus intereses.

El **respeto** y el **servicio** a la verdad es la exigencia moral fundamental de toda comunicación. Por ello la verdad debe coincidir siempre con el contenido de la comunicación según el derecho a la información, de lo contrario los medios irían contra la verdad, la **libertad** y la dignidad de las personas.

Evidencia una relación entre la verdad y la opinión pública, ya que dicha opinión es recta si el modo de pensar es conforme a la verdad. Al ser los medios de comunicación los principales factores de opinión pública deben ser puestos al **servicio** de la verdad.

En esa misma línea, insiste en que los medios deberían ser expresión de la verdad. (Juan Pablo II, 1991), pero que contrario a ello, muchas veces deforman o distorsionan esa verdad, en vez de hacerla más asequible, obstruyendo la **libertad** de las personas y los **pueblos**, alejándose de la verdad y difundiendo falsedades. Por ello reiteradamente recuerda que "La comunicación, en todas sus formas, debe inspirarse siempre en el criterio ético del **respeto** a la verdad y a la dignidad de la persona humana."(Juan Pablo II, 2004, Pág. 2).

5.2.6 Bien

Desde el mapa ramificado en la imagen 6, la comprensión del bien para San Juan Pablo II está en relación con personas, medios y derechos.

Utiliza la expresión **bien superior** para referirse a la paz, y explicando que para alcanzar este bien superior se requiere el reconocimiento del **derecho** a la existencia y expresión de todos los implicados.

Define el **bien común** como aquel que acoge las necesidades e intereses de todos, que no se reduce a los intereses particulares de un grupo o país, en otras palabras, el **bien de la familia humana** entera, al cual deben servir todos los **medios** de comunicación tanto públicos como privados (Juan Pablo II, 1994), y que puede ser buscado por la sociedad, cuando está cuenta con libre acceso a información veraz y suficiente.

Se refiere al **bien común de la sociedad** como aquel hacia el que tienen responsabilidad todos los comunicadores. Al **bien universal** como el que afecta a toda la familia humana, y el cual, cada **persona**, junto con todos los pueblos tienen **derecho** a compartirlo.

Al **bien de la humanidad** como la meta asegurada si se realiza un trabajo conjunto entre medios de comunicación e Iglesia, evitando la fuerza destructora de estos instrumentos, y exhorta a colaborar con la creación de redes de "comunicación cultural de todos los tipos, superando las dificultades de competencia con vistas al **bien último** del mensaje religioso." (San Juan Pablo II, 1989, Pág. 4) evidenciando su interés particular en estos medios.

Advierte sobre los bienes **propuestos** como aquellos a los que las **personas** menos favorecidas no pueden acceder, sobre el poder de los medios para hacer el bien como el mal, y sobre cómo podrían los **medios** lograr un **bien** al dar las noticias necesarias y oportunas, que permita realizar acciones preventivas y de asistencia requeridas.

5.3 Benedicto XVI

Como autor de ocho mensajes a las JMCS, se obtuvo el siguiente mapa de ramificaciones de la plataforma NVivo (ver imagen 7) respecto a los términos más relevantes utilizados por este pontífice en el siguiente orden: comunicación, medios, mundo, personas, social y nuevas.

Así los instrumentos tecnológicos y digitales han transformado las **formas** de comunicación, como las dinámicas de aprendizaje y las relaciones **humanas**. Por ello identifica los medios de comunicación social como elementos constitutivos en las relaciones interpersonales, los procesos sociales, políticos, económicos y religiosos.

La **comunicación virtual** a través de las denominadas redes sociales para Benedicto XVI implican un **compartir** conocimiento, y tienen su origen en un interés genuino de **compartir**, superando la comunicación de intercambio de datos para pasar a comunicar "una renovada valoración del acto de comunicar, considerado sobre todo como diálogo, intercambio, solidaridad y creación de relaciones positivas." (Benedicto XVI, 2011, Pág. 1). Para él el intercambio de informaciones, compromete a la persona inserta en el proceso, su percepción del mundo, sus anhelos e ideales.

Sin embargo, también indica respecto a la **comunicación digital** sus límites de interacción parcial, el comunicar de manera selectiva y subjetiva sólo una parte y el peligro de crear una imagen autocomplaciente de sí mismo.

Por otro lado, advierte que la **comunicación** sin ética ni control social, atenta contra la dignidad inviolable de la **persona**, y puede influir de manera nociva sobre su conciencia y sus elecciones, condicionando además su libertad y su mismo estado de vida; como es el caso de la **comunicación usada para fines ideológicos** y la publicitaria o propagandística utilizada para la venta de artículos de consumo en función de intereses económicos.

5.3.2 Medios

La comprensión de los medios para Benedicto XVI está en relación con los términos nuevas tecnologías, humana, desarrollo, silencio, relaciones, deseo, diversos y sociabilidad.

Comprende los medios en primer lugar, como una red facilitadora de la comunicación, la comunión y la cooperación, advirtiendo que la inmediatez de la información no garantiza la efectividad ni la calidad de dicha red. En segundo lugar, como una industria educativa en la formación

especialmente de los niños, que exige reciprocidad en la responsabilidad de los productores y operarios; así como en cuanto a los usuarios (lectores, televidentes y oyentes) participación crítica y activa.

En tercer lugar, como parte constitutiva de las **relaciones** interpersonales, de las experiencias **humanas, y** "de los procesos sociales, económicos, políticos y religiosos." (Benedicto XVI, 2008, p.1). Y en cuarto lugar como una nueva ágora, es decir una plaza pública y abierta (refiriéndose concretamente a las redes sociales), donde las personas comparten ideas, opiniones, e informaciones, un lugar para establecer **relaciones humanas** y comunitarias.

En esta misma línea, retoma la formación, la participación y el diálogo como las tres condiciones establecidas por San Juan Pablo II, para que los medios de comunicación social estén al servicio del bien común. Especificando que la formación, debe ser en cuanto al uso para que las personas utilicen los medios de comunicación de forma idónea; la participación en referencia al acceso, toda vez que son bienes destinados a todas las personas; y el diálogo por la gran posibilidad que tienen dichos medios para incentivarlo junto con la solidaridad.

Reconoce que pueden contribuir a la construcción de un mundo más justo y solidario, o por el contrario pueden imponer lógicas convenientes a intereses de grupos económicos o políticos dominantes del momento, como el caso de la incitación al consumismo a través de la publicidad obsesiva; o cuando colaboran a prolongar modelos de **desarrollo** que amplían la brecha tecnológica entre los países pobres y los ricos.

Ve como alentador que se utilicen medios como las redes digitales para promover la solidaridad **humana**, los derechos humanos, el respeto por la vida y la creación, la paz y la justicia. Identifica en estos **medios digitales** la posibilidad de cooperación entre **diversos** pueblos y culturas ubicados en diferentes contextos geográficos, teniendo como partida su **humanidad** común y la corresponsabilidad de todos respecto al bien común.

Pero advierte también que en muchas ocasiones estos medios son utilizados para crear noticias y acontecimientos en lugar de dar una adecuada información, por lo que insiste en su deber radical de defender a las personas y respetar la dignidad del ser **humano**, recordando la importancia de la ética en las comunicaciones e incluso consintiendo la creación de una info-ética, similar a la bioética de la medicina y la investigación científica relacionadas con la vida.

A su vez, alerta sobre el daño que ocasiona para la **humanidad** el negar el acceso a los instrumentos digitales de comunicación, a personas, grupos o comunidades actualmente marginadas en el ámbito social o económico, propendiendo "tan sólo a acrecentar la distancia que separa a los pobres de las **nuevas** redes que se **desarrollan** al servicio de la información y la **socialización humana**" (Benedicto XVI, 2009, p.4)

Por otro lado, especifica que los medios de comunicación no son ajenos al materialismo económico y al relativismo ético, por lo que exhorta a que en su lugar promuevan el conocimiento y la defensa de la verdad sobre el hombre.

Evidencia que actualmente todos somos tanto usuarios como operadores de la comunicación social, ya que los **nuevos** medios (refiriéndose específicamente a la telefonía e internet), han transformado el rostro de la comunicación, viendo en ello la oportunidad de rediseñar dicho rostro evidenciando con mayor claridad las líneas esenciales e irrenunciables de la verdad sobre el ser **humano**. En esta afirmación como en otras de este mismo pontífice se evidencia la utilización de la expresión comunicación social, en referencia a sus medios.

Contrario a lo anterior cuando resalta que gracias a la naturaleza interactiva de los **nuevos** medios, se posibilitan modos más dinámicos de aprendizaje y de comunicación; y que los contenidos producidos y difundidos por estos **nuevos** medios deben respetar la dignidad del ser humano, implícitamente diferencia la comunicación de los medios.

Insiste en relación a todos los medios de comunicación que se requiere del compromiso de todos para que a través de ellos se promueva el diálogo, el debate razonado, la **diversidad** cultural, la argumentación lógica, partiendo del reconocimiento y valoración de diferentes experiencias, ideas y puntos de vista para "lograr que las personas no sólo acepten la existencia de la cultura del otro, sino que aspiren también a enriquecerse con ella y a ofrecerle lo que se tiene de bueno, de verdadero y de bello" (Benedicto XVI, 2013, p. 2)

5.3.3 Mundo

La comprensión del mundo para Benedicto XVI está en relación con los términos: persona, digital, deben, servicio, hombre y comunicación.

Utiliza diferentes expresiones que involucran la palabra mundo, entre ellas encontramos la referencia a un **mundo más justo y solidario** como aquel al que **deben servir** y contribuir los medios de comunicación. El **mundo juvenil**, aquel donde se hacen evidentes las preguntas propias surgidas frente a contextos de considerables cambios bien sean culturales, sociales, políticos o religiosos. Especificando que este mundo (el juvenil) cuenta con las conquistas tecnológicas como un instrumento indispensable para responder adecuadamente sus interrogantes. El **mundo en el que reine el amor**, como aquel que responde a los anhelos del corazón humano, donde se vive la equidad, la unidad, la libertad, y la identidad de cada persona en una comunión respetuosa.

El **mundo emergente de la comunicación digital** como aquel en el que **deben** trabajar quienes desean promover el diálogo, así como una cultura de respeto y amistad. El **mundo digital**, como el espacio en el que se crean las redes digitales, y al que debe garantizarse el acceso de todas las **personas**; como el desarrollo de las nuevas tecnologías, recurso de la humanidad e incentivo para promover el diálogo y el debate, donde la información se transmite a través de una red social, a través de intercambios personales, relativizando los roles de productor y consumidor de información.

Advierte sobre los riesgos de una excesiva exposición al **mundo virtual** o de crear un **mundo paralelo**, donde se busque refugio, alejándose del real.

5.3.4 Personas

La comprensión de personas para Benedicto XVI está en relación con redes, sociales, formas, verdad, humanidad; y persona con digital, deben, servicio, hombre y comunicación.

Concibe a las personas **comunicadas** de manera instantánea y directa a través de los actuales medios tecnológicos de comunicación; como necesitadas de formación respecto al uso apropiado de los medios, con conciencia y opciones influenciables, e incluso condicionadas en su libertad y en su modo de vida por los medios de **comunicación** Como aquellas a las cuales se deben someter los medios tanto tecnológicos como virtuales de comunicación, ello exige acceso y participación de todas las personas a estos medios.

La persona en singular es aquella que al **comunicar** se compromete a sí misma, que da a conocer su visión de mundo, sus esperanzas e ideales. Aquella que se manifiesta en el silencio, ya que el silencio de una persona da la palabra a otra, permitiendo valorar y comprender incluso **formas comunicativas** que acompañan o reemplazan la oralidad, tales como la gestualidad, la expresión del rostro o del cuerpo.

Utiliza expresiones como **persona humana**, en referencia a aquella que debe ser respetada en su dignidad, su valor y su vocación a la comunión; y **personas de buena voluntad**, que laboran en los medios digitales a quienes invita a promover el respeto, el diálogo y la amistad.

5.3.5 Social

La comprensión de lo social para Benedicto XVI está en relación con diálogo, bien, humano, desarrollo, parte, compartir, comunión, red e información.

Quienes tienen un sentido de responsabilidad cívica, deben supervisar que los contenidos de los medios de comunicación sean éticamente aceptables (Benedicto XVI, 2007); ya que el **desarrollo** de la

democracia y del **diálogo** entre los pueblos, han recibido gran aporte de los medios de comunicación, y se requiere de estos para para lograr **diálogos** de paz, así como para garantizar el bien primario de la **información** y asegurar la libre circulación del pensamiento, especialmente en orden a los ideales de solidaridad y justicia social.(Benedicto XVI, 2008)

Sin embargo, también advierte, respecto a los medios de comunicación social su propagación y apoyo a “modelos de **desarrollo** que, en vez de disminuir el abismo tecnológico entre los países pobres y los ricos, lo aumentan”. (Benedicto XVI, 2008. p.2), llamando por ende a un **control social** respecto a la ética manejada en los medios de manera que estos no puedan condicionar la libertad y vida de los miembros de la sociedad. (Benedicto XVI, 2008). E identifica el materialismo económico y el relativismo ético, como verdaderas plagas actuales de la sociedad. (Benedicto XVI, 2008)

Reconoce que con los medios tecnológicos e interactivos facilitan “formas más dinámicas de aprendizaje y de comunicación que contribuyen al progreso social.” (Benedicto XVI, 2009, p.2), Sin perder de vista que la conexión virtual, puede volverse obsesiva, llegando a interrumpir la interacción social real, el reposo, silencio y reflexión requeridos para un saludable **desarrollo humano**.

Admite que las **redes** sociales pueden posibilitar diversas formas de cooperación entre pueblos si se garantiza el acceso al internet a todas las poblaciones incluyendo aquellas que están social y económicamente marginadas.

Identifica que se están dando grandes mutaciones culturales y sociales como resultado de la transformación de las comunicaciones, lo que posibilita nuevas formas de establecer relaciones y **comuni3n**. Llegando a afirmar que las **redes** sociales hoy forman parte del tejido de la sociedad, pues vinculan a las personas en virtud de sus necesidades fundamentales. El mundo virtual, en el que están insertas estas **redes**, ya hace parte de la realidad cotidiana una gran mayoría de los seres **humanos**.

Para Benedicto XVI las **redes** sociales son producto de la interacción humana, pero y a su vez, estas **redes** dinamizan, recrean o transforman las **relaciones sociales**, por lo que pueden ser un factor de **desarrollo humano**.

5.3.6 Nuevas tecnologías digitales

La comprensión de nuevas tecnologías para Benedicto XVI está en relación con humana, silencio, relaciones, desarrollo, solidaridad, deseos, diversos y vida.

Se refiere reiteradamente a las **nuevas tecnologías digitales**, como aquellas que han provocado fuertes transformaciones en las relaciones **humanas** y en los modelos de comunicación; aquellas que han abierto caminos de diálogo y cooperación entre **diversos** países, culturas, pueblos y religiones; destaca que existen unas que tratan de promover la solidaridad humana, la paz y la justicia, exige el acceso a todos los seres humanos a estas nuevas redes.

Respecto a las **nuevas tecnologías** en general especifica que "representan un gran recurso para la humanidad en su conjunto y para cada persona en la singularidad de su ser, y un estímulo para el debate y el diálogo." (Benedicto XVI, 2010, Pág. 3)

En cuanto a un **nuevo modo de aprender y de pensar** y las **nuevas oportunidades para establecer relaciones y comunión**, las entiende como resultado de la transformación comunicacional provocada por estas **nuevas tecnologías de la comunicación** que deben ponerse al servicio del bien de la humanidad.

En esta misma línea, comprende las **nuevas formas de relación interpersonal** y las **nuevas formas de conciencia** intelectual, espiritual y de comprensión común, **que** resultan de las redes sociales que a su vez se gestan en el espacio público digital.

Especifica que se ha gestado una **nueva ágora**, o espacio público para gestar **nuevas relaciones y formas de comunidad**.

5.4 Francisco

Como autor de 10 mensajes a las JMCS, se obtuvo el siguiente mapa de ramificaciones de la plataforma NVivo (ver imagen 8) respecto a los términos más relevantes utilizados por este pontífice en el siguiente orden: personas, verdad, escuchar, historias, bien, comunicar y encuentro.

Imagen 8.

Mapa ramificado NVivo de la nube de palabras de Francisco

personas	historias	lugar	tiempo	hecho	vida	hace	bijos	comunión	bueden	social	sociedad	camino	compromiso	custodiar		
				periodismo	compartir	humana	podemos	dar	deseo	experiencia	falsas	hacia	hombre	hoy	humanidad	
	red	capacidad														
	bien			redes	corazón	menudo	uso		demás	dialogar	humano	relaciones	sentido	siempre	sigue	solamente
verdad		mundo	escucha					favorecer	diálogo	información	verdaderamer	caridad	conflictos	contar	contrario	
	comunicar			responsabilidad	decir	necesario	ver									
		realidad	medios					hacer	digital	leva	apertura		corazones	económicas	entender	fake
escuchar	encuentro			riesgo	desinformación	necesitamos	buena					atención	debe	forma	historia	hombres
		sociales	familia					modo	dispuestos	necesita						
				significa	diálogo	noticias	capaz	persona	entonces	prejuicios		belleza	dentro	frente	honesto	informa
												buscar	dios	hablar	incluso	

5.4.1 Personas

La comprensión de personas para Francisco está en relación con historias, lugar, tiempo, red, capacidad, hecho, periodismo, vida, compartir, humana y bien.

El término persona para Francisco “denota al ser humano como ‘rostro’ dirigido hacia el otro, que interactúa con los demás.” (Francisco, 2019, p. 4), por lo que especifica que desde sus inicios cada persona aprenden a **compartir** y convivir entre las diferencias de géneros y de generaciones existentes en la familia, allí es donde se gestan diversas relaciones y vínculos a través de la acogida recíproca, saliendo los unos al encuentro con los otros, las personas se **capacitan** y ejercen la verdadera comunicación, descubriendo y construyendo la proximidad, asociándose de manera explícita los conceptos de comunicación y persona.

Afirma a su vez, que las personas se expresan con plenitud cuando se sienten acogidas, pero que también se pueden aislar, por adicción a la conexión digital, o son excluidas por falta de acceso a diferentes medios de comunicación digital, ya que interactúan en “ambientes digitales homogéneos e impermeables a perspectivas y opiniones divergentes” (Francisco, 2018 p. 2).

En esa misma línea, afirma que la comunicación auténtica entre las personas es determinada por la intencionalidad de la misma y la **capacidad** en el uso de los medios a su disposición, las personas se pueden vincular o polarizar y dividir a través de las redes sociales. Por ello la red digital debería ser una **red** de personas **humanas** en lugar de ser una **red** de cables.

Por otro lado, especifica que las personas atrapadas en viejas heridas y resentimientos pueden quedar incomunicadas, por lo que propone la misericordia como mecanismo **capaz** “de activar un nuevo modo de hablar y dialogar” (Francisco, 2016, p. 2). Recuerda que las personas dispuestas a escuchar, facilitando un diálogo sincero hasta que emerja la verdad, son el mejor antídoto para las falsedades. E invita a que no se juzgue a las personas, más bien se haga un llamado de atención a quien se equivoque, y se denuncie la injusticia y la maldad, liberando a las víctimas de estas.

Resalta que quien informa se involucra de alguna manera en la vida de las personas por ello recuerda a los **periodistas** como custodios de las noticias, su responsabilidad y compromiso especial en la verificación de las fuentes y a su vez propone “un periodismo hecho por personas y para personas” (Francisco, 2018), especificando que se denomina así porque está al servicio de todos, pero especialmente de quienes carecen de voz, lo que implica ponerse en marcha para ver y escuchar a otras las personas y así conocer sus realidades.

Utiliza la expresión de comunión de **personas libres**, en referencia a una comunidad, que debe ser custodiada por las **redes sociales**, especificando que para ello, estas redes tendrían que ser para liberar a las personas no para atraparlas, explica a partir de la imagen de un tejido, la de una red, en el tejido se evidencian diversos recorridos y nudos, que tiene su funcionalidad en la en la coparticipación

de todos estos elementos, de igual manera la comunidad es una red tejida por la comunión libre entre sus miembros.

5.4.2 Verdad

La comprensión de la verdad para Francisco está en relación con comunicar, bien, mundo, realidad, escucha, medios, redes, responsabilidad, riesgo, corazón y necesario.

La verdad, para Francisco es aquello que tiene solidez, es algo sobre lo cual una persona se puede apoyar para no caer. La identifica también con la persona de Jesucristo y su modo misericordioso de anunciar las buenas noticias y de denunciar las injusticias, es decir, su modo de presentar la **realidad** o los hechos con respeto y compasión. Por ello la reiterada observación de que la verdad nunca debe separarse de la caridad.

Evocando a la visión cristiana recuerda que la verdad más que una **realidad** conceptual en referencia al juicio sobre las cosas (falso o verdadero) y más que develar la realidad sacando a la luz cosas oscuras; brota de las relaciones libres entre las personas a través de la **escucha** recíproca, o de la fatiga de un diálogo sincero, ya que la verdad no es algo impuesto de manera accidental, superficial o externa.

Afirma que el ser humano tiene la capacidad para conocer, manifestar y **comunicar** la verdad, a partir de contar su propia experiencia describiendo el **mundo**, y construyendo así la memoria y la comprensión de los acontecimientos. Recuerda la vocación de todos a buscar y compartir la verdad con misericordia.

Utiliza expresiones como **verdadera acogida**, respecto al espacio en el que una persona se comunica y expresa con plenitud, donde se vive el deseo de **escuchar** a los otros, donde se aprecia "la experiencia humana tal y como se manifiesta en las distintas culturas y tradiciones." (Francisco, 2014, p. 2). **Verdaderas soluciones** como aquellas **necesarias** para conseguir la paz duradera, para ello especifica se requiere audacia y creatividad. Lo **verdaderamente comunicativo** como todo lo que involucra

encuentro, lo que reduce distancias, e implica el “descubrimiento y construcción de proximidad es la capacidad de abrazarse, sostenerse, acompañarse, descifrar las miradas y los silencios, reír y llorar juntos” (Francisco, 2014, p. 2). **Verdadero encuentro**, como lo que debe acompañar la interacción digital de las **redes**, para establecer auténticas relaciones humanas puesto que no es suficiente la simple conexión.

Verdadera comunicación y la verdad de la comunicación como aquella donde todos los participantes están en disposición de acogida y salida hacia los otros- y la cual no se garantiza con estrategias comunicativas. **Verdaderamente humano y verdaderamente persona**, para resaltar la relacionalidad inherente al ser humano. La **verdad de lo que somos** en referencia al heroísmo de la cotidianidad, que se debe **comunicar**, en reemplazo de la información presentada por algunos **medios**, la cual es pre confeccionada, contraria a la verdad, y que no sabe reconocer los fenómenos sociales, ni los movimientos de las bases de la sociedad, y que es incapaz de interceptar la vida de las personas.

Por otro lado, afirma que la **verdadera ciudadanía** también puede ser construida en la red digital, que la distorsión de la verdad tiene efectos peligrosos, que la desinformación falsifica e instrumentaliza la verdad, que la comunicación puede ser un lugar para expresar la propia **responsabilidad** en la búsqueda y divulgación de la verdad, que "para **discernir la verdad** es preciso distinguir lo que favorece la comunión y promueve el bien"(Francisco, 2018, p. 4), y nos invita a todos a ser **testigos de la verdad**, con las acciones concretas de ir, ver y compartir.

Explica que los hechos innegables contienen en sí la verdad si su publicación conduce a un diálogo constructivo, a una reflexión consciente y madura, o a un trabajo provechoso. Y por el contrario no contienen la verdad cuando se publican con la intención de causar daño, desacreditar a alguien, suscita polémica, divisiones, infundir resignación. recuerda que la custodia de la verdad exige conservar la comunión, ya que la verdad se manifiesta en la comunión.

5.4.3 Escuchar

La acción de escuchar para Francisco está en relación con encuentro, sociales, familia, diálogo, noticias, realidad, medios, riesgo y desinformación.

Escuchar para Francisco es prestar atención, tener deseo de comprender, valorar, respetar y custodiar la palabra de otra persona. Es diferente a oír, pues se oye como espectadores, usuarios o consumidores de información, mientras que escuchar implica comunicación y cercanía, lo que conlleva a asumir una actitud justa, a compartir preguntas y dudas, a liberarse de prejuicios para caminar hombro a hombro con el otro. Por el contrario, negarse a escuchar puede entenderse como un acto de agresividad hacia esa persona, que requiere ser escuchada.

Las personas dispuestas a escuchar son antídoto contra las falsedades porque posibilitan el **diálogo** y el conocimiento de la verdad, además afirma que se requiere escuchar a los otros para "recoger las sugerencias de la **realidad**, que siempre nos sorprenderá en cualquier aspecto" (Francisco, 2021, p. 1). Por lo que enfatiza también que escuchar requiere de tiempo y capacidad de guardar silencio.

Enfatiza que escuchar es fundamental para el ser humano, por ello es el verbo central en la gramática de la comunicación, ya que es necesario para un **diálogo** auténtico por lo que debe desarrollarse y aplicarse aún más en los campos comunicativo e informático.

Escuchar ayuda a superar los muros que dividen a los seres humanos, a tener una mirada diferente, sabiendo apreciar las diferentes experiencias humanas tradicionales y culturales, por lo que se requiere acomodar el oído para escuchar a profundidad, específicamente aquellas necesidades, requerimientos y malestares **sociales**.

Reconoce que a la Iglesia le urge una comunicación fundamentada en la "escucha y la parresia en el hablar; que no separe nunca la verdad de la caridad." (Francisco, 2023, Pág. 4)

5.4.4 Historias

Desde el mapa ramificado en la imagen 8, las historias para Francisco están en relación con lugar, tiempo, hecho, vida, periodismo, compartir y humana.

Para Francisco (2020) son narraciones **humanas** requeridas por las personas para revestirse y así custodiar su propia **vida**, y ninguna de ellas es pequeña o insignificante. Por ello invita a escuchar las historias de los migrantes para combatir los prejuicios.

Utiliza la expresión de **buenas historias** para aquellas con referencia a todas las personas, que son constructivas porque cohesionan el tejido social y cultural, las que pasando los límites de **tiempo y lugar** conservan la actualidad por ser alimento de vida, aquellas que construyen y contribuyen a retomar las raíces para caminar en unidad, aquellas que tienen una mirada misericordiosa del mundo, que evidencian el entretejido **vivo** conformado por todos los seres **humanos**. "Historias que saquen a la luz la verdad de lo que somos, incluso en la heroicidad ignorada de la **vida** cotidiana". (Francisco, 2020, p.2)

A su vez la expresión **historias destructivas** para referirse a aquellas fabricadas por los telares de la comunicación con fines instrumentales o para quebrar la convivencia con información no contrastada, con discursos triviales y falsamente persuasivos, con proclamas de odio y despojando al ser humano de su dignidad.

Denuncia que gran parte de las historias presentadas por el **periodismo** actual no son contrastadas, ni verificadas con los propios ojos, sino que son fabricadas en los terminales de las agencias o en las redes sociales.

Especifica que todos podemos contribuir a que emerjan historias positivas, a través de la red que nos permite **compartir** testimonios de lo que vemos y percibimos, por ello invita a realizar una contribución civil, siendo testigos de las historias humanas.

5.4.5 Bien

Desde el mapa ramificado en la imagen 8, las historias para Francisco están en relación con redes, capacidad, corazón, mundo y escucha.

El Bien para Francisco es aquello que todas las personas tenemos la responsabilidad de construir y buscar; así como la **capacidad** de expresar y compartir.

Utiliza expresiones como bien común y bien de la sociedad, en alusión a un bienestar o beneficio general. **Bien común** para invitar a todos a poner los dones personales al servicio de este, desde la **escucha** para identificar las necesidades y procurar respuestas a las mismas; y **bien de la sociedad**, como aquel al cual pueden contribuir las **redes** sociales, ya que la **capacidad** en el uso de los medios tecnológicos y las intenciones que salen del **corazón** son las que determinan para el tipo de comunicación.

Denomina **procesos de desarrollo del bien** a aquellos procesos que buscan generar confianza, comunión y paz, a través de la verificación de fuentes de información y la custodia del proceso comunicativo. E identifica una relación entre verdad y bien, ya que la verdad siempre promueve el bien.

Especifica que las personas **atraídas por el bien** utilizan con responsabilidad y consciencia su **capacidad** comunicativa. Y que **querer bien al otro** implica preocuparse por su situación, así como defender y custodiar su libertad y autonomía.

5.4.6 Comunicar

Desde el mapa ramificado en la imagen 8, las historias para Francisco están en relación con mundo, realidad, escucha, medios, responsabilidad, riesgos, decir, necesario y desinformación.

Comunicar es una facultad que posee todo el ser humano, es compartir a partir de la **escucha** y la acogida, lo que implica cercanía y proximidad, por ello, especifica que **comunicar bien** contribuye a un mayor conocimiento y unidad de las personas, a superar las divisiones, aprendiendo del otro al **escucharlo**.

Utiliza la expresión **comunicar cordialmente**, en referencia al proceso de diálogo e intercambio que emerge dentro de la dinámica comunicativa, al **escuchar** y lograr conectar con las **realidades** que se comunican alegrías, miedos, esperanzas y sufrimientos.

Define la familia como una **comunidad comunicante** porque reconoce en ella, un paradigma de comunicación, por ser el primer lugar donde se aprende a comunicar y donde se ejercita la capacidad de comunicarse, ambiente privilegiado para aprender a comunicar en la proximidad, la compañía y el sostenimiento mutuo. El reencuentro con ese primer ambiente de comunicación, contribuye a comunicar de manera más auténtica y humana.

Sin embargo, advierte dos circunstancias, primero que las viejas heridas y resentimientos pueden impedir la comunicación y reconciliación, entre los miembros de una familia, una comunidad, la sociedad o incluso entre pueblos, por lo que invita a que recurriendo a la misericordia se superen estas dificultades comunicativas. La segunda, que a la facultad de comunicar inherente a todos los seres humanos se le puede dar un mal uso, con el fin de **desinformar**.

Utiliza la frase **Comunicar con misericordia**, como aquella que contribuye a la buena, libre y solidaria cercanía entre la humanidad.

5.4.7 Encuentro

Desde el mapa ramificado en la imagen 8, las historias para Francisco están en relación con sociales, familia, diálogo, noticias y desinformación.

Comprende el encuentro como un milagro, que permite a los seres humanos mirarse mutuamente con misericordia y aceptando respetuosamente las fragilidades de cada uno.

Denomina **verdadero encuentro** a la conexión real, social o comunitaria, la que supera la conexión virtual, aunque reconoce el entorno digital como un lugar de encuentro específica que éste puede ser utilizado para edificar o destruir al ser humano.

Invita a salir al encuentro del otro, como se hace en la **familia**, para descubrir y construir proximidad, en la práctica mutua de acompañamiento, sostenimiento, y continuo aprender a descifrar miradas y silencios, a compartir alegrías y sufrimientos.

Utiliza la expresión **cultura del encuentro** para referirse a un contexto de reconocimiento y apertura para dar y recibir; reconociendo que la comunicación puede "**favorecer el encuentro** y la inclusión, enriqueciendo de este modo la sociedad" (Francisco, 2016, p. 1), por lo que exhorta a que se realice una comunicación constructiva que fomente esta **cultura del encuentro**.

Afirma que la red podría contribuir a favorecer el **diálogo** y el encuentro entre las personas o por el contrario podría contribuir a fomentar el autoaislamiento. Por ello enfatiza en que el uso de las redes virtuales debe ser complemento del encuentro físico y real, que involucra los sentidos del ser humano, convirtiendo así la red en un recurso de comunión.

Capítulo VI

6. Conclusiones

Esta investigación tuvo como propósito analizar la postura de los Papas respecto a la Comunicación y el Cambio social en las Jornadas Mundiales de la Comunicación social de 1967 al 2023 a través del análisis de contenido. Así, al examinar los mensajes de cada uno de los pontífices a la luz de las categorías conceptuales relevantes, se encuentran elementos propios de la comunicación desde la perspectiva difusionista y vertical, y otros que responden a la perspectiva de la Comunicación para el Cambio Social.

Se tomaron en cuenta para este momento concluyente estas perspectivas, sus encuentros y desencuentros en el caso de cada papa analizándolas a la luz de los hallazgos y de los elementos teóricos presentados en los primeros capítulos.

Al mirar la postura de San Pablo VI respecto a la comunicación se concluye que es dualista ya que entrelaza elementos de la comunicación para el cambio social, con componentes de la comunicación difusionista. Respecto a los elementos de la CCS involucra en su comprensión de la comunicación la racionalidad humana, al equipararla con la comunión; y la reconoce como proceso al definirla como camino. Diferencia la comunicación de los medios al aceptar que estos no siempre ejercen su función comunicadora, cuando denuncia que la manipulación de la información a través de los mismos lesiona al ser humano, cuando reconoce la necesidad del control ciudadano sobre los mismos, cuando especifica que deben estar siempre al servicio de los derechos y deberes del ser humano.

En cuanto a la comunicación difusionista se concluye que son abundantes las referencias que hace San Pablo VI a los medios como a los profesionales, operadores o artífices de los mismos, su insistencia en la utilización de estos instrumentos para la difusión de la información, de la cultura y de la fe, las referencias a los usuarios, espectadores, destinatarios, beneficiarios o lesionados de los medios

de comunicación, otorgando un papel pasivo, como de receptores de información, aunque es reiterativa la invitación al diálogo de la audiencia con los profesionales de la comunicación, sin embargo, no especifica el cómo realizar ese diálogo, o cómo poner estos medios en función de la comunicación participativa; de igual manera sucede con la exhortación a la concientización de los usuarios de los medios ya que no se especifica la manera de llegar a esta.

Respecto a la postura adoptada por San Pablo VI en relación al cambio social concibe la comunicación como eje de transformación, aunque no especifica el cómo se logra, ve positivamente el entrelazado de relaciones e intercambios entre personas y grupos sociales; reconoce al ser humano como agente de cambio, ciudadano del mundo, copartícipe y testigo de los acontecimientos; y admite que los medios de comunicación independientes y con participación pública contribuyen a la transformación social.

En relación a la postura de San Juan Pablo II respecto a la comunicación, la comprender como solidaridad humana y la acción de comunicar como fraternizar; concibe la paz como resultado de una estrategia comunicativa al servicio de la justicia, y como fruto de una opinión pública reconocedora de los derechos y justas aspiraciones de todos los pueblos; que la justicia en la comunicación social solo se logra con la participación equitativa de todos los sectores obteniendo mutuos beneficios con ambientes y condiciones favorables al diálogo entre ciudadanos, pueblos y culturas; y haciendo oír la voz de quienes han sido callados; que el hambre y el subdesarrollo son problemas de justicia social y que su solución depende de la visualización de dichos problemas a través de la opinión pública.

Se concluye que la persona humana y la comunidad constituyen el fin y la medida del uso de los medios de comunicación. Sin embargo, existen carencias en personas y pueblos al momento de elección de su propio destino, por diferentes motivos como censuras, subyugación de regímenes totalitarios, manipulaciones o presión de fuertes grupos económicos, políticos o culturales; así como el limitado o nulo acceso a diferentes medios de comunicación por parte de muchas personas e incluso comunidades.

Que la búsqueda de la verdad y el derecho a manifestarla son indispensables en la comunicación humana.

En relación a la postura de San Juan Pablo II respecto al cambio social termina definiendo los medios de comunicación como reflejo de la sociedad y que a su vez la moldean, como vehículos de intercambio cultural, el areópago donde se evidencia la vida social y las interrelaciones humanas; que la influencia de estos medios en la vida política y social moldean las relaciones y comportamientos humanos; que concibe la cultura a nivel comunitario, como el conjunto de vínculos interhumanos y sociales que garantizan la existencia humana; que la mejor comunicación es la que se da de persona a persona, de comunidad a comunidad, propendiendo el desarrollo integral de todos sus participantes, reconociendo así la relacionalidad y el papel transformador de la comunicación.

En relación a la postura de Benedicto XVI respecto a la comunicación se muestra como el primer pontífice en reconocer formas comunicativas que acompañan o reemplazan la oralidad, tales como la gestualidad, expresiones del rostro o del cuerpo. Comprende la comunicación como un proceso de interacción entre el silencio y la palabra, que equilibrados contribuyen a un diálogo e incluso hasta una comunión. Que los medios tecnológicos tienen potencialidades para una comunicación inmediata y directa.

Se concluye también que los mensajes de Benedicto XVI como los de San Pablo VI a las Jornadas Mundiales de la Comunicación Social (JMCS) tienen un marcado énfasis en los medios de comunicación.

En relación su postura respecto al cambio social manifiesta que los medios son una red facilitadora de la comunicación, la comunión y la cooperación; elementos constitutivos en las relaciones interpersonales, los procesos sociales, políticos, económicos y religiosos; pero que son también, una industria educativa, que tiende a imponer lógicas convenientes a intereses de grupos económicos o políticos; e incluso que son utilizados para crear noticias y acontecimientos en lugar de dar una adecuada información. Sin embargo, para Benedicto XVI pueden aportar al desarrollo de la democracia y

al diálogo entre los pueblos, aunque no especifica el cómo; especificando que se requiere de ellos para garantizar el acceso a la información.

Que los medios tecnológicos diversifican el aprendizaje y las relaciones humanas; que las redes sociales son producto de la interacción humana y a la vez la transforman, son un ágora, o una plaza pública y abierta, puesto que forman parte del tejido de la sociedad por vincular a las personas en virtud de sus necesidades fundamentales y por hacer parte de la cotidianidad de las mismas.

Benedicto XVI utiliza con alguna frecuencia en sus mensajes a las JMCS la expresión *comunicación social* en referencia a sus medios, por ejemplo, cuando afirma que todos somos tanto usuarios como operadores de la comunicación social; o cuando manifiesta que la comunión social es un servicio público que exige recursos públicos económicos, normativos e institucionales, administrados de forma cooperativa y co-responsable, o cuando advierte que la comunicación social requiere de ética y control social para que no influya de manera nociva en las elecciones de las personas, condicionando su libertad y su mismo estado de vida.

Sin embargo, también en estos mismos mensajes se encuentran partes que evidencian de manera clara la diferenciación entre medios y comunicación, por ejemplo, cuando resalta que, gracias a la naturaleza interactiva de los nuevos medios, se posibilitan modos más dinámicos de aprendizaje y de comunicación; y cuando afirma que los contenidos producidos y difundidos por estos nuevos medios deben respetar la dignidad del ser humano

En relación a la postura de Francisco respecto a la comunicación y el cambio social se concluye que asocia de manera explícita los conceptos de comunicación y persona, definiendo a la persona en dirección a los otros con quienes interactúa; que en el contexto próximo, es donde el ser humano aprende a relacionarse, compartir y convivir con los demás; que la auténtica comunicación involucra encuentro, reducción de distancias e implica el salir los unos al encuentro de los otros, descubriendo y construyendo la proximidad; por ello enfatiza que no es suficiente la simple conexión virtual.

Francisco enfatiza en la acción de comunicar, mientras que San Pablo VI y Benedicto XVI lo hacen en el concepto de la comunicación, evidenciándose de esta manera una intención práctica. Que comunicar es una facultad que tienen todas las personas, es compartir desde la escucha y la acogida, lo que implica cercanía y proximidad. Contribuye a un mayor conocimiento y unidad de las personas, a superar divisiones y aprender del otro; y que se debe comunicar el heroísmo de la cotidianidad.

Manifiesta que la comunicación es determinada por la intencionalidad de la misma y la capacidad en el uso de los medios a su disposición; que se debe priorizar las redes de personas sobre las redes virtuales (las cuales denomina redes de cables).

Indica el Papa Francisco que muchas veces la información transmitida por los medios es pre confeccionada, contraria a la verdad, que no reconocer los fenómenos sociales, ni los movimientos de las bases de la sociedad.

Que son diferentes escuchar y oír, escuchar implica prestar atención, tener deseo de comprender, valorar, respetar y custodiar la palabra de otra persona; por el contrario, los que oyen son los espectadores, usuarios o consumidores de información; que el tiempo y el silencio son importantes para escuchar con profundidad las necesidades, requerimientos, y malestares sociales. Por último, indica que a la Iglesia le urge una comunicación fundamentada en la escucha y en el hablar con audacia, libertad y misericordia.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se evidencia tensiones en la concepción de la comunicación dentro de los mensajes papales. Así como para Sierra (2012) “no hay comunicación sin formación de conciencia” (p.23), de igual manera en los mensajes estudiados prima una idea de la comunicación como proceso que permite la transformación social, la participación ciudadana y la construcción colectiva de lo social a partir de la verdad y la postura crítica; sin embargo, esta comprensión Papal de la comunicación se ve permeada por una preconcepción tradicional de la comunicación lineal en la que el modelo difusionista ocupa un lugar preponderante.

Las continuas referencias a las nociones de emisores, receptores, mensajes y canales de difusión de la información continúan perpetuando en la Iglesia Católica una visión de la comunicación en la que se enfatiza el interés de aceptación y apropiación de la información que esta institución difunde.

Sin embargo, al analizar las categorías emergentes del capítulo de resultados, se presenta una intencionalidad clara de darle a los miembros de la Iglesia un lugar distinto, como permitir la participación, la interlocución y la posibilidad de asumir una postura crítica que ayude a la construcción de una realidad social alternativa en la que el bienestar esté por encima de los intereses particulares. Se generan, entonces, cuestionamientos frente al cómo generar esos mecanismos de participación.

Los mensajes papales, por tanto, no son claros al respecto. A pesar de ello, dentro de la práctica eclesial, la iglesia ha desplegado acciones que, en teoría, permiten esa interlocución con la comunidad en pro del desarrollo activo, participativo y crítico. El gran cuestionamiento vendría siendo en cómo la Iglesia logra posicionar esas acciones de transformación social que realiza en los territorios, cómo las asume y las entiende desde esta perspectiva del cambio, y qué tanto logra mover su postura de “los medios a las mediaciones”, centrando la mirada en las personas y en sus prácticas, como lugar donde se gestan las innovaciones sociales. (Martín-Barbero, 2010)

Las limitaciones de este ejercicio de análisis de contenido correspondieron al volumen del corpus estudiado y la poca literatura científica respecto a los mensajes de las JMCS.

Esta investigación aporta al campo de la comunicación para el cambio social en la medida que presenta un análisis sistemático del corpus de las enseñanzas sociales de la Iglesia respecto a la comunicación y sus medios. Facilita la comprensión que tiene la iglesia católica de la comunicación y permite consolidar estrategias de comunicación para visibilizar sus acciones y encaminarlas hacia la transformación social y la participación de la ciudadanía, en los mecanismos que implementa en los procesos no solo de evangelización, sino también de trabajo comunitario.

Referencias

Álvarez, J. J. (1970). Cambio social y religión. *Estudios Filosóficos*, 19 (49), 613-628.

<https://estudiosfilosoficos.dominicos.org/ojs/article/download/22/1040/968>

Blancarte, R. J. (2015). Religión, medios masivos de comunicación y poder. *Sociológica México*, (41), 183-

198. <http://sociologiamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/509>

Blánquez Fraile, A. (1985). *Diccionario latino-español, español-latino*. Ramón Sopena S.A.

Barraquero, A. (2012). Formación en comunicación para el cambio social. Balances y desafíos. En J.I.

Chaves Gil (Ed.), *Comunicación para el cambio social universidad, sociedad civil y medios* (pp.45-

64). Asociación Vagamundo, Universidad Rey Juan Carlos, facultad de ciencias de la

comunicación y Catarata.

Beltrán L. R. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo.

III Congreso panamericano de la comunicación <https://www.infoamerica.org>

Benedicto XVI (2006). Mensaje del Papa Benedicto XVI para la XL Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Los medios: red de comunicación, comunión y cooperación.

<https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications.index.html>

Benedicto XVI (2009). Mensaje del Papa Benedicto XVI para la XLIII Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad.

<https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications.index.html>

Benedicto XVI (2011). Mensaje del Papa Benedicto XVI para la XLV Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital.

<https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications.index.html>

Benedicto XVI (2012). Mensaje del Papa Benedicto XVI para la XLVI Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Silencio y Palabra: camino de evangelización.

<https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications.index.html>

Benedicto XVI (2013). Mensaje del Papa Benedicto XVI para la XLVII Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización.

<https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications.index.html>

Bru Alonso, M. M. (2008). Un nuevo areópago para la evangelización: síntesis del magisterio pontificio sobre los medios de comunicación social.

https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/6656/1/NuevoAreopago_Bru_2008.pdf.

Cáceres, P. (2008). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable.

Psicoperspectivas. Individuo y sociedad, 2(1), 53-82.

<http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/3/1003>

Cano, S. D. J. S. (2012). El bien, la verdad y la belleza en el mensaje de su santidad Benedicto XVI para la Jornada Mundial de las comunicaciones sociales. *IV Foro Universitas 2012*, 84

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-

[libre.pdf?1619390534=&response-content](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

[disposition=inline%3B+filename%3DEl_énfasis_dialogico_y_social_del_cristi.pdf&Expires=16872](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

[76959&Signature=ZhzW0zGyYOFtrrl7v230q2D1YpQLZY-XT-E-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

[qaPFykWG4loQ1fvr02YtqDoa5NOsV4F~961hkGMUbwXhrJ6hMwBx2y4frpXdwKXdo5431c9kER1p](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

[MTrXiARXw4BqKO10lxkjDMAC2457f-Z0Yp-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

[C~kOk9OvvObuZmiq3ZhfgR4WrJL48vU9bXHCmoJIXGlicbd37g8Cvqpg8b3K2h4UqReW1dkMBZSj](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

[ZrKmRmfM1f28XkRwb6kLI5s6KLzr1bzW4xVpjX6oqa~DRKQtMOrVXJupoYFCIR9098Pc79Xrw0-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66679727/revista_humanidades_up_2012-libre.pdf?1619390534=&response-content)

Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM), & Catholic Church. Consejo Episcopal Latinoamericano.

Departamento de Comunicación Social. (1986). *Comunicación, misión y desafío: manual pastoral de comunicación social* (Vol. 73). CELAM, Departamento de Comunicación Social.
https://www.riial.org/espacios/evcomcu/evcomcu_reteocom.pdf

Corominas, J. y Pascual J. (2006). Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico. Volumen I.
 Gredos.

Corominas, J. y Pascual J. (2007). Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico. Volumen V.
 Gredos.

Díaz Bordenave J. y Martins de Carvalho H. (1978). *Planificación y Comunicación*. CIESPAL

Corvalán Espina, J. M. (2019). Religión católica, nuevas tecnologías y redes sociales virtuales:
 ¿Configura populismo la comunicación del Papa Francisco en la era del Internet 2.0?
<http://hdl.handle.net/2133/17978>

De Roux Guerrero, Rodolfo (1976). Iglesia y sociedad: los problemas de un cambio. *Theologica Xaveriana*, (40).
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/teoxaveriana/article/view/27584/22970>

Echeverría, L. (2005). Las paradojas mediáticas de Juan Pablo II. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (90), 16-19. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009004.pdf>

Fichter, J.H. (1983). *Sociología*. Heder.

Francisco, (2014). Mensaje del Santo padre Francisco para la XLVIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Comunicación al servicio de una auténtica cultura del Encuentro.
<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2015). Mensaje del Santo padre Francisco para la XLIX Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Comunicar la familia: ambiente privilegiado del encuentro en la gratuidad del amor.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2016). Mensaje del Santo padre Francisco para la L Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Comunicación y Misericordia: un encuentro fraterno.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2017). Mensaje del Santo padre Francisco para la LI Jornada mundial de las comunicaciones sociales. No temas, que yo estoy contigo (Is. 43,5) Comunicar esperanza y confianza en nuestros tiempos.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2018). Mensaje del Santo padre Francisco para la LII Jornada mundial de las comunicaciones sociales. La verdad os hará libres (Jn 8,32). Fake news y periodismo de paz.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2019). Mensaje del Santo padre Francisco para la LIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Somos miembros unos de otros (Ef 4,25). De las comunidades en las redes sociales a la comunidad humana.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2020). Mensaje del Santo padre Francisco para la LIV Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Para que puedas contar y gravar en la memoria (cf. Ex 10,2) La vida se hace historia.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2021). Mensaje del Santo padre Francisco para la LV Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Ven y lo veras (Jn 1,46). Comunicar encontrando a las personas donde están y como son.

<https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>

Francisco, (2022). Mensaje del Santo padre Francisco para la LVI Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Escuchar con los oídos del corazón.

- <https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications.index.html>
- Francisco, (2023). Mensaje del Santo padre Francisco para la LVII Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Hablar son el corazón, en la verdad y en el amor.
- <https://signalc.org/wp-content/uploads/2023/01/Mensaje-para-la-Jornada-Mundial-de-las-Comunicaciones-Sociales-2023.pdf>
- Francis, P., & Wolton, D. (2018). *Política y sociedad: conversaciones con Dominique Wolton*. Ediciones Encuentro.
- Freire, P. (s.f.). *Pedagogía del oprimido*. América Latina.
- Gómez de Silva G. (2016) Breve diccionario etimológico de la lengua española. Fondo de cultura económica.
- Gutián, G. (2011). El Vaticano II y los medios de comunicación: a los cincuenta años de "Inter Mirifica". *Scripta Theologica*, 43(3), 621-643. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/37543>
- Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y pensamiento*, XXX (58), 26-39.
- Gumucio A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo*, 12 (1), pp. 2-23.
- <https://www.researchgate.net/publication/28181695> El cuarto mosquetero la comunicacion_para_el_cambio_social
- Herrera, C. D. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista general de información y documentación*, 28(1), 119. <https://core.ac.uk/download/pdf/159630116.pdf>
- Hissong, R. I. (1996). Las teorías y prácticas del desarrollo desde la perspectiva de la modernidad. El CIDER de la Universidad de los Andes
- <https://es.slideshare.net/jenvalentino/hissong-robin>

Instituto Caro y Cuervo (1998). *Diccionario de Construcción y régimen de la lengua castellana*. Tomo 2.

Juan Pablo II (1983). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XVII Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Comunicaciones sociales y promoción de la paz.

<https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>

Juan Pablo II (1985). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XIX Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Las Comunicaciones sociales para una promoción cristiana de la juventud.

<https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>

Juan Pablo II (1988). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XXII Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Comunicaciones sociales y promoción de la solidaridad y de la fraternidad entre los hombres y los pueblos.

<https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>

Juan Pablo II (1990). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XXIV Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. El mensaje cristiano en la nueva cultura informática.

<https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>

Juan Pablo II (1991). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XXV Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Los medios de comunicación para la unidad y el progreso de la familia humana.

<https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>

Juan Pablo II (2003). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XXXVII Jornada mundial de las

comunicaciones sociales. Los medios de comunicación social al servicio de la auténtica paz a la luz de la "Pacem in Terris".

<https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>

Juan Pablo II (2005). Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XXXIX Jornada mundial de las

- comunicaciones sociales. Los medios de comunicación social al servicio del entendimiento entre los pueblos.
- <https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications.index.html>
- López, M. A. C. (2018). Plan de comunicación participativa para el fortalecimiento de la acción pastoral de la parroquia Santa María Nebaj, Quiché.
- <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/01/Castellanos-Maria.pdf>
- Lozano J.E. (2011). Desarrollo humano integral y solidario. En Consejo Episcopal Latinoamericano departamento de justicia y solidaridad (Eds.), *Para que tengan vida y la tengan en plenitud. Caminos de compromiso social de la Iglesia en América Latina y el caribe* (pp. 166-167). CELAM.
- Martín-Barbero, J. (2010). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Anthropos.
- Martín Barbero, J. (2018). Ciudadanías contemporáneas en la escena latinoamericana. En J.I. Chaves Gil (Ed.), *Comunicación y ciudadanías*. (pp. 15-23). Ediciones desde bajo.
- Mora-García-de-Lomas, J. M. (2006). Dirección estratégica de la comunicación en la Iglesia. *Communication & Society*, 19(2), 165-184. <https://hdl.handle.net/10171/8346>
- Mújica, J. E. (2015). La Iglesia y los medios de comunicación: de una relación conflictiva a una alianza continuada. *Ecclesia*, 29 (1-2), 9-17.
- <https://docplayer.es/88270432-La-iglesia-y-los-medios-de-comunicacion-de-una-relacion-conflictiva-a-una-alianza-continuada.html>
- Múnera, A. (1985). Comunicación en la Iglesia. *Theologica Xaveriana*, (74), 83-103
- <https://revistas.javeriana.edu.co/article>
- Pablo VI (1967). Mensaje del Papa Pablo VI para la I Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Los medios de comunicación social.
- <https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1968). Mensaje del Papa Pablo VI para la I Jornada mundial de las comunicaciones sociales. La prensa, la radiotelevisión y el cine para el progreso de los pueblos.

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1969). Mensaje del Papa Pablo VI para la III Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Comunicaciones sociales y familia.

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1971). Mensaje del Papa Pablo VI para la V Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Los medios de comunicación social al servicio de la unidad de los hombres.

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1975). Mensaje del Papa Pablo VI para la IX Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Comunicaciones sociales y reconciliación.

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1976). Mensaje del Papa Pablo VI para la X Jornada mundial de las comunicaciones sociales. Las comunicaciones sociales ante los derechos y los deberes fundamentales de los hombres.

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1977). Mensaje del Papa Pablo VI para la XI Jornada mundial de las comunicaciones sociales. La publicidad en la comunicación social: ventajas, riesgos, responsabilidad.

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pablo VI (1978). Mensaje del Papa Pablo VI para la XII Jornada mundial de las comunicaciones sociales. El hombre como receptor de las comunicaciones sociales: esperanzas, derechos y deberes

<https://www.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications.index.html>

Pérez-Latre, J. F. (2019). Los medios, los papas y la comunicación del Vaticano entre Benedicto XVI y Francisco (2007–2017). *Iglesia, Comunicación y Cultura* 4 (1), 61-78.

<https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1566746>

Perez S.J., G. J. (2009). Comunicar para el cambio social: una comunicación ética y política. Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron. *Signo Y Pensamiento*, 28 (55), 277–290.

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3746>

Pontificio Consejo Justicia y Paz (2005). Compendio de la doctrina social de la Iglesia. Conferencia Episcopal de Colombia.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. Nueva gramática de la lengua española. Morfología sintaxis I.

Restrepo S. B. (2011) Modelos de desarrollo integral a desarrollar desde la pastoral social en el continente. En Consejo Episcopal Latinoamericano departamento de justicia y solidaridad (Eds.), *Para que tengan vida y la tengan en plenitud. Caminos de compromiso social de la Iglesia en América Latina y el caribe* (pp. 142-150). CELAM

Del Río, J. D. (2010). *Los desencuentros entre la Iglesia y los medios de comunicación: la fugacidad de la noticia frente a la cultural del memorial*. Equipo de investigación de análisis y técnica de la información de la universidad de Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/114825>

Río Sadornil, D. (2013). Diccionario–glosario de metodología de la investigación social. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

<https://elibronet.ezproxy.uniminuto.edu/es/ereader/uniminuto/48711>

Rocha, C. A., & Cárdenas, G. (2014). El campo académico de la comunicación en Colombia y sus tensiones. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, (10), 361.

<http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/335>

- Sanmartín, M. C., Corella, M. A. R., & Campos, M. A. G. (2015). La comunicación institucional de la Iglesia Católica a través de las redes sociales/Corporate communication of the Catholic Church through social networks. *Revista internacional de relaciones públicas*, 5(9), 111-130.
<https://doi.org/10.5783/revrrpp.v5i9.320>
- Schenkel, P. (1981). A tono de introducción. En Pasquini, J. Araujo, C., de Cardona, E., Vera E., Salinas, R., Reyes, O., Ortega, C., y Agudo R. (Eds). *Políticas nacionales de comunicación*. (pp. 15-60). CIESPAL.
- Servaes, J (1999) Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. Temas y problemas de comunicación. (10), 7-27.
<https://www.infoamerica.org/selecciones/articulo2.htm>
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 17-40.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93524422002>
- Servaes, J. y Malikhao P. (2007) Comunicación participativa: ¿El nuevo paradigma? *Redes.com: revista de estudio para el desarrollo social de la comunicación*. (4), 43-60.
- Sierra, F. (2012) Comunicación y desarrollo hoy. Perspectiva para pensar la lucha por el código. En J.I. Chaves Gil (Ed.), *Comunicación para el cambio social universidad, sociedad civil y medios* (pp. 19-43). Asociación Vagamundo, Universidad Rey Juan Carlos, facultad de ciencias de la comunicación y Catarata.
- Useche Aldana, Óscar (2015). «Subjetividades, sujetos urbanos y territorialidad», en: *Hacia la ciudad de la Misericordia. Rutas de pastoral urbana*, Pbro. Alberto Camargo Cortés (director-compiler). Grafismo Impresores y Editores Ltda. Bogotá, Colombia.
- Valladares Paguaga X. y Herrera Damas S. (2017). Análisis del empleo que hacen de Twitter las instituciones católicas españolas más influyentes, *Church, Communication and Culture*,

2(2), 144-164. <https://doi.org/10.1080/23753234.2017.1306424>

Vizer, Eduardo. A. (2003) La trama (in)divisible de la vida social: comunicación sentido y realidad. La

Crujía. http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/05/vizer_tramainvisible.pdf

Vizer E. A. (2005) Aportes a una teoría social de la comunicación. Intexto 1(12), 1-14.

https://www.researchgate.net/publication/228337940_Aportes_a_Una_Teoria_Social_de_La_Comunicacion

Anexos

Anexo N. 1

Tabla de codificación de unidades de registro. Elaboración propia.

CODIFICACIÓN	UNIDADES DE REGISTRO
PAVI67-1	<i>"El hombre se ha convertido en ciudadano del mundo, copartícipe y testigo de los acontecimientos más remotos y de las vicisitudes de toda la humanidad"</i> (Pág. 1).
PAVI67-2	<i>"A todos aquellos que dedican ingenio y actividad a este delicado e importante sector de la vida moderna, en el deseo de que el noble servicio que están llamados a ofrecer a sus hermanos, esté siempre a la altura de una misión que los hace intermediarios — y casi maestros y guías— entre la verdad y el público, las realidades del mundo exterior y la intimidad de las conciencias."</i> (Pág. 2)
PAVI67-3	<i>"Tienen el derecho de no estar condicionados por indebidas presiones ideológicas, políticas, económicas, que limiten la justa y responsable libertad de expresión de los mismos, del mismo modo su diálogo con el público exige el respeto por la dignidad del hombre y de la sociedad. Que todos sus esfuerzos, pues, se dirijan a difundir la verdad en las mentes, la adhesión al bien en los corazones, la acción coherente en las obras; de este modo contribuirán a la elevación de la humanidad y darán un aporte constructivo para la edificación de una sociedad nueva, más libre, más consciente, más responsable, más fraternal, más digna"</i> (Pág. 2)
PAVI67-4	<i>"La colaboración solidaria de todos (...), de los poderes públicos, a quienes corresponde la promoción y la tutela del bien común dentro del respeto de las legítimas libertades. En una palabra, (...) todo el público receptor, (...), debe contribuir a que la comunicación sea siempre más noble y elevada, es decir, digna de hombres responsables y espiritualmente maduros."</i> (Pág. 3)
PAVI67-5	<i>"Toda iniciativa seria que tienda a formar el juicio crítico del lector y del espectador y no solamente a hacerle valorar las noticias, ideas, imágenes que se le presentan"</i> (Pág. 3)
PAVI68-1	<i>"Sería la panacea universal capaz de hacer desaparecer todas las injusticias, como es conveniente abrir los ojos de los que tienen la responsabilidad sobre las situaciones intolerables, denunciar los abusos que claman al cielo, orientar la opinión hacia las "transformaciones audaces, profundamente innovadoras, reformas urgentes que hay que emprender sin demora" (Populorum progressio, n. 32)."</i> (Pág. 3)
PAVI68-2	<i>"Sería grave utilizar los medios de comunicación social para reforzar los egoísmos personales y colectivos, para suscitar, en los que ya poseen bastante, nuevas y falsas necesidades, fomentar su sed de placeres, multiplicar sus ocios estériles y enervantes."</i> (Pág. 3)
PAVI68-3	<i>"El porvenir está ahí, en el llamamiento imperioso de los pueblos a una mayor justicia, en su voluntad de paz, en su anhelo, consciente o inconsciente, de una vida</i>

más alta; aquélla que precisamente la Iglesia de Cristo puede y quiere darles"
(introducción a los Mensajes del Concilio al mundo, 8 de diciembre de 1965). (Pág. 3)

- PAVI69-1 *"El abuso aun simplemente cuantitativo de los programas audiovisuales, puede llegar a perjudicar los valores de la vida de familia y producir el aislamiento de las personas en vez de la unión" (Pág. 1)*
- PAVI69-2 *"Es preciso, establecer un diálogo permanente entre las familias y los responsables de los medios de comunicación social. Las familias deben, sí, dar a conocer sus deseos y sus críticas"(Pág. 2)*
- PAVI69-3 *"Conocer y respetar las exigencias de la familia. Esto supone en ellos a veces una gran valentía y siempre un hondo sentido de responsabilidad. (Pág. 2)*
- PAVI69-4 *"La fuerza de la levadura evangélica no sólo no disminuye en proporción a las dificultades que le presenta el ambiente, sino que más bien crece y se desarrolla vivificándolo y transformándolo." (Pág. 3)*
- PAVI70-1 *"¿...Aprovechar las posibilidades extraordinarias que estos medios nos proporcionan para ayudar a los jóvenes a informarse, a formarse, a descubrir los problemas reales del mundo, a perseguir los valores auténticos de la vida, a asumir con plenitud su vocación de hombres y de cristianos? (Pág. 1)*
- PAVI70-2 *"Hoy entran en juego nuevas fuentes del saber y de la cultura que por su ingente poder de penetración, alcanzan con su impacto tanto la sensibilidad como la inteligencia" (Pág.1)*
- PAVI70-3 *"Maravillosos medios de apertura, de contacto, de comunicación, de participación, ciertamente. A condición, claro está, de que no se olvide su carácter de medios al servicio de un fin, el único fin digno de este nombre: el servicio del hombre de todos los hombres y de todo el hombre"(Pág. 1).*
- PAVI70-4 *"Acceder a una cultura selecta, saborear los auténticos valores de la fraternidad, de la paz, de la justicia, del bien común". (Pág. 2)*
- PAVI71-1 *"Los hombres, ¿no han tomado conciencia de la solidaridad que los une, tanto en la vida diaria como en los momentos excepcionales, de cara a las proezas científicas como a las calamidades naturales? (Pág. 1)*
- PAVI71-2 *"Proyectar una familia humana universal, en la que cada hombre sea el ciudadano hermano (cf. Populorum Progressio, n. 79). En todo caso, la convicción del cristiano está bien apuntalada" (Pàg. 1)*
- PAVI71-3 *"Sufriría una gravísima equivocación quien infravalorara las fuerzas de las tensiones trágicas entre estamentos sociales, entre sociedades y personas, entre países industrialmente desarrollados y países del Tercer Mundo, entre prosélitos de sistemas ideológicos o políticos antagónicos." (Pág.1)*

- PAVI71-4 *"Ante estas manifestaciones de oposición y desgarramiento entre los hombres y entre los pueblos, no se puede esperar, ciertamente, de la prensa, de la radio, de la televisión, del cine, que los minimicen o los pasen en silencio." (Pág. 2)*
- PAVI71-5 *"¿No está, más bien, su papel en poner en claro todos los aspectos de la realidad, incluidos los más trágicos, intentar una aproximación a esa realidad cada vez más profunda y más objetiva, en que, por desgracia, se lee la miseria, o se expone el pecado de egoísmo, en una palabra, las múltiples heridas que sangran en el corazón de la gran familia humana?" (Pág. 2)*
- PAVI71-6 *"¿Quién osaría negar la tentación de utilizar esos medios poderosos audio-visuales, de tan hondo impacto, para agravar, radicalizándolas más, las tensiones, las oposiciones y las divisiones, llegando hasta desanimar a muchos hombres de buena voluntad en sus intentos, imperfectos sí, pero generosos, de unión y fraternidad?" (Pág. 2)*
- PAVI71-7 *Inmensas posibilidades de "los medios de comunicación social para hacer que los lectores, los oyentes, los espectadores adquieran conciencia de los verdaderos problemas de los demás?, ¿para ayudar a los hombres a conocerse mejor y apreciarse más dentro de sus diversidades legítimas?, ¿para superar, con comprensión y amor, las barreras de todas clases?; más aún, ¿para sentir, por encima de tantos obstáculos, la solidaridad real que nos sitúa a todos, los unos con los otros, los unos para los otros, en la búsqueda del bien común de la gran comunidad de los hombres?" (Pág. 2)*
- PAVI71-8 *"Para que así sea, juntad vuestros esfuerzos, artífices y beneficiarios de los medios de comunicación social, en todas partes y a todos los niveles de participación y responsabilidad. Rechazad todo lo que rompa el verdadero diálogo entre los hombres, todo lo que encubra los deberes y derechos de cada uno, todo lo que atice la incomprensión, el odio, y todo lo que aparte de la paz y de una fraternidad siempre más extendida y de la verdad buscada en la libertad." (Pág. 3)*
- PAVI71-9 *"Si la comunicación no es ya por sí misma una comunión, puede ser el camino privilegiado para alcanzarla." (Pág. 3)*
- PAVI72-1 *"Misión y responsabilidad del informador 1. Cada uno de los hechos tiene su propia verdad que abarca muchos aspectos, no siempre perceptibles fácilmente en su totalidad. Sólo el empeño conjunto y sincero del comunicador y de los receptores puede ofrecer una cierta garantía de que todo acontecimiento sea conocido en su verdad íntegra." "....La responsabilidad es luego más grave aún cuando el comunicador está llamado -como sucede a menudo- añadir a la simple relación del hecho, elementos de juicio y de orientación."(Pág. 1)*
- PAVI72-2 *"El hombre, y mucho más el cristiano, no abdicará jamás de su capacidad de contribuir a la conquista de la verdad: no sólo la abstracta o filosófica, sino también la concreta y diaria de los sucesos particulares;... renovar nuestra invitación para que cada hombre se aplique y sea ayudado convenientemente a conseguir la necesaria capacidad de juicio autónomo ante el mensaje de los instrumentos de comunicación*

social, de manera que pueda escoger libremente entre las distintas opiniones y dar a la mejor de ellas la propia adhesión." (Pág.2)

- PAVI72-3 "La facultad crítica del individuo deberá encontrarse siempre suficientemente atenta en lo que se refiere a la verdad, para lograr, así, percibir siempre las posibles desviaciones."(Págs. 2 y 3)*
- PAVI72-4 "Por tanto, para prestar un servicio al hombre y ser discípulos y buscadores de la verdad, hay que contribuir a la busca y al goce de la verdad que naturalmente excluye cualquier explotación -bien por especulación comercial, bien por otros fines vituperables- de la debilidad humana o de la insuficiente preparación del público." (Pág.3).*
- PAVI75-1 "Deben estar al servicio de la reconciliación entre los hombres en la tierra, servir para la plena reconciliación de los cristianos en una unidad siempre más visible y más sólida" (Pág. 1)*
- PAVI75-2 "La influencia positiva de los mass media en la vida individual y social y, al propio tiempo, su ambigüedad y el peligro de manipulación al que están expuestos. Efectivamente pueden proteger y estimular los esfuerzos que verdaderamente contribuyen a liberar al hombre y a orientarle hacia la realización de sus aspiraciones más profundas; igualmente, pueden también ser utilizados para los caprichos de la moda y para la curiosidad superficial e incluso servir de apoyo a propósitos de explotación o de discriminación." (Pág. 1)*
- PAVI75-3 "Supone en primer lugar que se describan honestamente los hechos; el que una descripción se pueda enriquecer con una cierta "interpretación", se justifica únicamente en la medida en que haga aparecer más claramente la naturaleza de los hechos, la dimensión real que éstos adquieren en todo un contexto y su referencia a los valores humanos." (Págs. 1 y 2)*
- PAVI75-4 "El hecho de callar, de seleccionar o de deformar los acontecimientos más importantes según un plan ideológico que no respete la libertad del hombre y viole el derecho a la información" (Pág 2)*
- PAVI75-5 La objetividad en la elección y presentación de los hechos requiere, para servir realmente a la reconciliación, un profundo sentido de responsabilidad, preparación y competencia adecuadas y una verdadera renovación de las actitudes lamentables que adoptan con demasiada frecuencia algunas fuentes de información, algunos profesionales de las comunicaciones sociales y un público de lectores, espectadores y oyentes que se hacen cómplices de ello. (Pág. 2)*
- PAVI75-6 "Los diferentes medios informativos en lugar de obligar, por así decir, a los usuarios a atenerse a sus noticias y a sus interpretaciones, deben facilitar un diálogo abierto y una confrontación leal que permita expresarse libremente a las personas de más valía y a las ideas más nobles."(Pág. 2)*
- PAVI75-7 "Defender y acrecentar su libertad de expresión, entendiendo esta libertad fundamentada en la verdad... Deseamos, pues, que los hombres de la comunicación*

social piensen seriamente en las graves responsabilidades que les incumben, a causa del impacto ciertamente profundo que ejercen sobre la información y, por lo tanto, sobre las estructuras de pensamiento y la misma orientación de la vida." (Pág. 2 y 3)

- PAVI75-8 *Cuando se ahoga la verdad por intereses económicos injustos, por la violencia de grupos que pretenden hacer obra de subversión en la vida civil o por la fuerza organizada en sistema, es el hombre el que resulta herido. (Pág. 3)*
- PAVI75-9 *"Que los medios de comunicación social, lejos de endurecer las oposiciones entre cristianos, de acentuar las polarizaciones, de dar fuerza a los grupos de presión, de alimentar la parcialidad, trabajen para la comprensión, el respeto, la aceptación de los demás en el amor y el perdón. (Pág. 4)*
- PAVI76-1 *"...sobre todo, instrumentos educativos y, como tales, disponibles para una más alta función de orden didáctico y formativo." (Pág. 1)*
- PAVI76-2 *"La Iglesia propone para dichos medios una ulterior meta, y señala para quien los utiliza una tarea mucho más noble y urgente: la de servir la causa de los derechos y deberes primordiales del hombre." (Pág. 2)*
- PAVI76-3 *"En una u otra parte del mundo, se repiten situaciones en las cuales hay que proteger al hombre en la adquisición y en el ejercicio de derechos que, desde luego, le son connaturales y que, mientras algunos casos dolorosos se presentan al conocimiento de la opinión pública, otros, no menos dolorosos, se silencian e incluso se justifican. (Pág. 2)*
- PAVI76-4 *"El derecho a la vida, al estudio, al trabajo y, con anterioridad, el derecho a nacer, a la procreación responsable; y, luego, el derecho a la paz, a la libertad, a la justicia social; y también el derecho a participar en las decisiones que influyen en la vida de los individuos y de los pueblos, como es el derecho a profesar y testimoniar, individual y colectivamente, la propia religión, sin que por ello se sufra discriminación o castigo." (Pág. 2)*
- PAVI76-5 *"Los medios de comunicación social encuentran un punto seguro de referencia para reflejar, en la noticia o en el espectáculo, la realidad humana y contribuir así al progreso de la civilización." (Pág. 2)*
- PAVI76-6 *"El derecho a una información objetiva, sana y completa, que respete la intimidad sagrada del hombre" (Pág. 3)*
- PAVI76-7 *"El derecho a una exacta y completa información. Diremos que incluso el sano conocimiento de los hombres acerca de sus propios derechos y deberes depende, en gran parte, de la acción informativo-formativa de los medios de comunicación social." (Pág. 3)*
- PAVI76-8 *"Ningún mensaje que se transmite puede desinteresarse de la persona humana, ...o alejarla de la afirmación de sus auténticos derechos cumpliendo conjuntamente los deberes." (Pág. 3)*

- PAVI76-9 *"Dirigimos nuestra exhortación paterna para que estos medios se pongan realmente al servicio y defensa de todos los derechos y deberes fundamentales del hombre" (Pág. 4)*
- PAVI76-10 *"A las autoridades públicas les pedimos que favorezcan la comunicación social de la cultura, pedimos el respeto de los hechos y de las opiniones; pedimos la cuidadosa búsqueda de la verdad, ...pedimos que esa búsqueda se traduzca en actitud de deferente y penetrante atención hacia los valores supremos de la persona." (Pág. 4)*
- PAVI76-11 *"A los que actúan en el campo de los mass-media les pedimos que sean coherentes en el pensamiento y en la vida cuando presenten las noticias y den su interpretación; que expresen de manera inequívoca cuál es el ideal de vida que las inspira y no se dejen condicionar por propósitos de manipulación respecto a quienes reciben la comunicación anteponiendo siempre el amor y el servicio de los hombres a la popularidad y a las ventajas económicas." (Pág. 4)*
- PAVI76-12 *"A los que disfrutan de los medios de comunicación les pedimos que se formen un atento sentido crítico para saber recibir, estimular, sostener moralmente y materialmente a las personas, periódicos, transmisiones, películas, que defiendan los derechos del hombre y lo eduquen respecto a sus deberes... Pedimos que valoren rectamente lo que reciben y que sean capaces de intervenir sobre los medios de información social mediante oportunas iniciativas individuales o colectivas." (Pág. 4)*
- PAVI77-1 *"Todo tipo de interés y de apoyo moral y material a la prensa, la radio, la televisión, el cine y demás instrumentos modernos de comunicación social en el desempeño de su importante función de información, educación y, por lo que se refiere a la responsabilidad específica de los cristianos, de evangelización en el mundo." (Pág. 1)*
- PAVI77-2 *"Hoy día es tal la complejidad del fenómeno de las comunicaciones que requiere, no sólo un repaso constante de los deberes pertinentes de los individuos y de la sociedad, así como un mejoramiento continuo que emane de la confrontación con los verdaderos valores de la vida humana, sino también la indispensable colaboración de todos los que determinan el proceso comunicativo." (Pág. 1)*
- PAVI77-3 *"La Iglesia mira con buenos ojos ...el entrelazamiento cada vez más amplio de relaciones y de intercambios entre personas y grupos sociales: para ella son motivo, signo y anticipación de una fraternidad cada vez mayor, y desde este punto de vista alienta la publicidad, que puede convertirse en instrumento sano y eficaz para la ayuda mutua de los hombres." (Pág. 2)*
- PAVI77-4 *"la publicidad... ha de ser veraz, prudente, respetuosa del hombre y de sus valores esenciales, atenta a la elección de las circunstancias y de los modos de presentación." (Pág. 2)*
- PAVI78-1 *"La primera expectativa de los "receptores" que merece ser notada y valorizada es la aspiración al diálogo" (Pág. 1)*
- PAVI78-2 *"Ahora bien, asegurar este diálogo, favorecerlo y orientarlo hacia los problemas de la mayor importancia, significa para los "comunicadores" establecer un continuo y*

- estimulante contacto con la sociedad, y llevar a los "receptores" a un nivel de activa participación." (Pàgs. 1 y 2)*
- PAVI78-3 *"Para satisfacer estas aspiraciones se requiere la colaboración responsable del mismo "receptor", el cual debe asumir un papel activo en el proceso formativo de la comunicación." (Pág. 2)*
- PAVI78-4 *"Hay que desear que entre "comunicadores " y "receptores " se instaure verdadera y auténtica relación de diálogo" (Pág. 2)*
- PAVI78-5 *"Por lo tanto hay que tener en cuenta hasta qué punto es compleja la realidad de las comunicaciones modernas, en las cuales, por su propia naturaleza —y no raras veces por una instrumentalización pretendida— lo verdadero puede aparecer mezclado con lo falso." (Págs. 2 y 3)*
- PAVI78-6 *"Este diálogo debe encontrar, luego, las formas adecuadas, correctas y respetuosas, pero también francas y decididas, para intervenir cuando las circunstancias lo requieran." (Pág. 3)*
- JP1179-1 *"La utilización de los medios de comunicación social, en relación con los niños, como una cosa de importancia capital, no solamente en función de una iluminada formación que, además de desarrollar el sentido crítico y —podría decirse— la auto-disciplina en la elección de programas, les promueva realmente en un plano humano, sino también en orden a la evolución de toda la sociedad en la línea de la rectitud, de la verdad y de la fraternidad." (Pág.3)*
- JP1180-1 *"Estos medios pueden contribuir a animar el diálogo e intercambio en la pequeña comunidad y ampliar sus centros de interés abriéndola a los problemas de la gran familia humana; consienten además una cierta participación en los acontecimientos religiosos lejanos, que pueden constituir un motivo de singular consuelo para enfermos e imposibilitados." (Págs. 2 y 3)*
- JP1180-2 *"Los medios de comunicación social pueden contribuir mucho a acercar los corazones de los hombres en la simpatía, en la comprensión y en la fraternidad." (Pág.3)*
- JP1181-1 *"A menudo los mass-media son expresión de un poder que se hace "opresión", especialmente allí donde no se admite el pluralismo. Esto puede tener lugar no solamente donde la libertad es de hecho inexistente, en razón de dictaduras de cualquier signo, sino también donde, aun conservándose de alguna manera esta libertad, se registran continuamente enormes intereses y presiones manifiestas u ocultas." (Pág.3)*
- JP1181-2 *"Llamar a los operadores de los mass-media al compromiso que impone el amor, la justicia, la verdad, junto con la libertad, es un deber de mi servicio pastoral. ¡La verdad no debe ser nunca manipulada, ni dejada de lado la justicia ni olvidado el amor, si se quiere corresponder a aquellas normas deontológicas que, olvidadas o inatendidas, producen sectarismo, escándalos, sumisión a los poderosos o condescendencia a la razón de Estado" (Pág.3)*

- JPII81-3 *Reconociendo el potencial de "ese aspecto suyo que se suele llamar artístico. Pero todo ello no impide que se vea también la parte que en el uso —o abuso— de los mass-media tiene la ganancia, la industria, la razón del poder." (Pág. 3)*
- JPII82-1 *"Los operadores de la comunicación social tienen una misión que cumplir de la mayor importancia, diría que insustituible. Precisamente los mass-media, con la universalidad de su radio de acción y lo penetrante de su mensaje, pueden, con rapidez y elocuencia, reclamar la atención y la reflexión de todos sobre los ancianos y sobre sus condiciones de vida." (Pág. 3)*
- JPII82-2 *"Estas orientaciones humanas y cristianas, difundidas por los mass-media, ayudarán a los ancianos a contemplar este período de la vida con serenidad y realismo; a poner en lo posible sus energías intelectuales, morales y físicas a disposición de los demás, apoyando iniciativas de carácter humanitario, educativo, social y religioso" (Pág. 4)*
- JPII83-1 *"A cuantos trabajan en los mass- media para animarles a sopesar su responsabilidad y a poner de relieve con la mayor objetividad los derechos, los problemas y las mentalidades de cada una de las partes a fin de promover la comprensión y el diálogo entre los grupos, los países y las civilizaciones" (Pág.1).*
- JPII83-2 *"Un recto orden de la comunicación social y una equitativa participación en sus beneficios, dentro del pleno respeto de los derechos de todos, crean un ambiente y condiciones favorables para un diálogo mutuamente enriquecedor entre los ciudadanos, los pueblos y las diversas culturas, mientras las injusticias y los desórdenes en este sector favorecen situaciones conflictivas." (Pág. 2)*
- JPII83-3 *"La comunicación social, si quiere ser instrumento de paz, deberá superar las consideraciones unilaterales y parciales, removiendo prejuicios y creando, en cambio, un espíritu de comprensión y de recíproca solidaridad. La aceptación leal de la lógica de la convivencia pacífica en la diversidad exige la constante aplicación del método del diálogo. Y éste, reconociendo el derecho a la existencia y a la expresión de todas las partes, afirma el deber de que se integren unas con otras, a fin de conseguir ese bien superior que es la paz, al cual se contraponen hoy, como dramática alternativa, la amenaza de la destrucción atómica de la civilización humana." (Pág. 2)*
- JPII83-4 *"Hoy se hace todavía más necesario y urgente proponer los valores de un humanismo integral, fundado en el reconocimiento de la verdadera dignidad y de los derechos del hombre, abierto a la solidaridad cultural, social y económica entre personas, grupos y naciones, con la conciencia de que una misma vocación agrupa a toda la humanidad." (Pág. 2 y 3)*
- JPII83-5 *"La comunicación social promueve la paz si los profesionales de la información son operadores de paz." (Pág. 3)*
- JPII83-6 *"Habrá ciertamente que asegurar a los operadores de la comunicación social, para el ejercicio de sus importantes funciones, unos derechos fundamentales tales como el acceso a las fuentes de información y la facultad de presentar los hechos de manera objetiva." (Pág. 3)*

- JPII83-7 *"Por encima de las responsabilidades contractuales en relación con los órganos de información y de las responsabilidades legales, tienen también unos deberes precisos hacia la verdad, hacia el público y hacia el bien común de la sociedad." (Pág. 3)*
- JPII83-8 *"Los comunicadores sociales prestarán una ayuda magnífica a la causa de la paz si en el ejercicio de su tarea, que es una verdadera misión, saben promover la información serena e imparcial, favorecer el entendimiento y el diálogo, reforzar la comprensión y la solidaridad." (Pág. 3)*
- JPII84-1 *"Que el mundo de la comunicación social, con sus operadores y la multitud de quienes la reciben, desempeñe fielmente su función al servicio de la verdad, libertad y promoción de todo el hombre en todos los hombres." (Pág. 1)*
- JPII84-2 *"Cultura, fe y comunicación son tres realidades con una relación entre sí de la que dependen el presente y el futuro de nuestra civilización llamada a expresarse con plenitud creciente en su dimensión planetaria." (Pág. 1)*
- JPII84-3 *"La cultura es un modo específico de existir y ser del hombre. Dentro de cada comunidad crea un conjunto de vínculos entre las personas que determinan el carácter interhumano y social de la existencia humana." (Pág. 1)*
- JPII84-4 *"La fe y la cultura están llamadas a encontrarse y a interactuar precisamente en el terreno de la comunicación" (Pág. 2)*
- JPII84-5 *"El contenido de la comunicación es determinante siempre, hasta el punto de cualificar la misma comunicación. Así, pues, sobre los contenidos hay que apelar siempre al sentido de responsabilidad de los comunicadores y al sentido crítico de quienes reciben la comunicación." (Pág. 2)*
- JPII84-6 *"Los instrumentos de comunicación social facilitarán el encuentro entre fe y cultura si favorecen el encuentro entre las personas, a fin de que no se forme una masa de individuos aislados en la que cada uno dialogue con la página, el escenario y la grande o pequeña pantalla, sino una comunidad de personas conscientes de la importancia del encuentro con la fe y la cultura, y decididas a llevarlo a cabo por medio del contacto personal en la familia, en el lugar de trabajo y en las relaciones sociales." (Pág. 4)*
- JPII85-1 *"Los mass-media, con la colaboración de todos los hombres de buena voluntad, puedan contribuir verdaderamente a la "actuación de la justicia, de la paz, de la libertad y del progreso humano" (Pág. 1)*
- JPII85-2 *Según el derecho a la información, que todo hombre posee, la comunicación debe responder siempre, en su contenido, a la verdad y, en el respeto de la justicia y de la caridad, debe ser íntegra. (Pág. 2)*
- JPII85-3 *La información no puede ser neutra ante problemas y situaciones que, a nivel nacional e internacional, desbaratan el tejido conjuntivo de la sociedad, como la guerra, la violación de los derechos humanos, la pobreza, la violencia, la droga. (Pág. 2)*

- JPII85-4 *"La libertad parece ser el gran desafío que la comunicación social deberá afrontar, para conquistar espacios de suficiente autonomía, allí donde ésta se encuentre todavía sometida a las censuras de regímenes totalitarios o a las imposiciones de poderosos grupos de presión culturales, económicos, políticos."(Pág. 2)*
- JPII85-5 *"Los mass-media deben superar las barreras ideológicas y políticas, acompañando a la humanidad en su camino hacia la paz y favoreciendo el proceso de integración y de solidaridad fraterna entre los pueblos, en la doble dirección Este-Oeste y Norte-Sur. Vehículos de formación y de cultura, los mass-media deben contribuir a la renovación de la sociedad." (Pág. 2)*
- JPII85-6 *Hay que " Intuir las graves amenazas que los mass-media —si se doblegan a la lógica de poderes o de intereses, si son utilizados con fines torcidos, contra la verdad, contra la dignidad de la persona humana, contra su libertad-"(Pág. 3)*
- JPII85-7 *"La educación transmitida por los formadores tradicionales, y en particular por los padres, tiende a ser sustituida por una educación unidireccional, que ignora la fundamental relación dialoguística, interpersonal." (Pág. 4)*
- JPII86-1 *"La opinión pública se forma por el hecho de que un gran número de personas hace propio, considerándolo verdadero y justo, lo que algunas personas y algunos grupos, que gozan de especial autoridad cultural, científica o moral, piensan y dicen. Lo cual muestra la grave responsabilidad de aquellos que por su cultura y su prestigio forman la opinión pública o influyen en alguna medida sobre su formación. Efectivamente, las personas tienen derecho a pensar y a sentir en conformidad con lo que es verdadero y justo, porque del modo de pensar y de sentir depende la actuación moral. Esta será recta si el modo de pensar es conforme a la verdad." (Pág. 2)*
- JPII86-2 *"Hay que crear una opinión pública cada vez más fuerte en favor de la paz y de aquello que la construye y mantiene, como el aprecio recíproco y la concordia mutua entre los pueblos; el rechazo de toda forma de discriminación racial y de nacionalismo exasperado; el reconocimiento de los derechos y de las justas aspiraciones de los pueblos; el desarme, en primer lugar de los ánimos y después de los instrumentos de destrucción; el esfuerzo de resolver pacíficamente los conflictos. Está claro que solamente: una fuerte opinión pública favorable a la paz puede detener a aquellos que estuviesen tentados de ver en la guerra la vía para resolver las tensiones y conflictos. "Los rectores de los pueblos —afirma la Constitución pastoral Gaudium et spes— dependen en su mayor parte de las opiniones y de los sentimientos de las multitudes. En realidad es inútil que éstos se esfuercen con tenacidad en construir la paz mientras sentimientos de hostilidad, de desprecio y de desconfianza, odios raciales y obstinadas ideologías dividen a los hombres, colocándoles los unos contra los otros." (Pág. 3)*
- JPII86-3 *"Es necesaria la formación de una fuerte opinión pública en favor de la solución de los angustiosos problemas de la justicia social, del hambre y del subdesarrollo. Es menester que estos problemas sean hoy mejor conocidos en su tremenda realidad y gravedad, que se cree una fuerte y amplia opinión pública en su favor, porque sólo bajo la vigorosa presión de ésta los responsables políticos y económicos de los países ricos serán inducidos a ayudar a los países en vías de desarrollo." (Pág. 3)*

- JPII86-4 *"En el mundo actual los medios de comunicación social en su múltiple variedad son los principales factores de la opinión pública. (...) han de ponerse al servicio del hombre y, por tanto, de la verdad y del bien" (Pág. 4)*
- JPII87-1 *"Las comunicaciones sociales constituyen una plataforma de intercambios y de diálogo apta para (...)contribuir a pasar, en la promoción de la paz por la justicia, de un equilibrio del terror a una estrategia de la confianza." (Pág. 1)*
- JPII87-2 *Hace una invitación a "transmitir la estrategia de la confianza a través de la estrategia de la comunicación, al servicio de la justicia y de la paz." (Pág. 1)*
- JPII87-3 *"La paz del mundo depende de un mayor conocimiento de los hombres y de las comunidades; la información cualificada de la opinión pública tiene una influencia directa sobre la promoción de la justicia y de la paz" (Pàg. 1)*
- JPII87-4 *"Vuestra tarea parece superar las posibilidades humanas: informar para formar, cuando la avalancha de noticias os arrastra, a veces de manera peligrosa, a los cuatro ángulos del mundo, sin daros el tiempo necesario para ponderar cada caso o cada acontecimiento. Y sin embargo, los usuarios dependen de vosotros para comprender los estragos del terror y las esperanzas de la confianza." (Pág. 2)*
- JPII87-5 *posible sin diálogo pero no se puede dialogar plenamente sin estar bien informado(...) diálogo quiere ser, además, un "diálogo total", es decir, un diálogo que se establezca en le una estrategia global de comunicación: de información, ciertamente, pero también :ión, publicidad, creación artística, educación, sensibilización para con los valores . A través de esta estrategia de comunicación debería realizarse la estrategia de la . Del equilibrio del temor, del miedo, incluso del terror, resulta —como decía Pío XII— "fría", que no es la verdadera paz. Sólo la comunicación podrá generar —por la vía del tal— un deseo y una esperanza de paz expresiva, como exigencia del corazón de las es. Y se podría añadir: una "justicia fría" no es verdadera justicia. La justicia no puede que en el seno de la confianza, de lo contrario no es más que una "justicia contra" y no cía para" y una "justicia con" cada persona humana." (Pág. 2)*
- JPII87-6 *"Una estrategia de la confianza transmitida por los mass-media. Creo que podría abarcar siete momentos fundamentales: hacer tomar conciencia, denunciar, renunciar, superar, contribuir, divulgar, afirmar." (pág. 2)*
- JPII87-7 *"Tomar conciencia de que cualquier guerra puede provocar la pérdida de todo y de que nada puede perderse con la paz. (...) hacer comprender las causas de la guerra: las innumerables injusticias que empujan a la violencia. Cualquier injusticia puede llevar a la guerra. La violencia está en nosotros, debemos liberarnos de ella para inventar la paz. Esta es la obra de la justicia que se realiza como fruto de la inteligencia." (Pág. 2)*
- JPII87-8 *"Denunciar todas las causas de violencia y de conflicto: armamento generalizado, comercio de armas, opresiones y torturas, terrorismo de toda especie, militarización a ultranza y preocupación exagerada por la seguridad nacional, tensión Norte-Sur, cualquier forma de dominación, ocupación, represión, explotación y discriminación" (Pág. 3)*

- JPII87-9 *"Si se quiere denunciar de manera coherente, es preciso también que uno mismo renuncie a las raíces de la violencia y de la injusticia." (Pág. 3)*
- JPII87-10 *"Es preciso también "actuar para y con" los otros, o, en el mundo de los mass-media, comunicar para cada uno y con cada uno." (Pág. 3)*
- JPII87-11 *"Superar todos los obstáculos que se oponen a las "obras de justicia" con miras a la paz." "En principio las barreras de la desconfianza" "La desconfianza puede nacer de cualquier forma de parcialidad y de intolerancia social, política o religiosa." (Pág. 3)*
- JPII87-12 *"Contribuir a hacer posible la paz a través de la justicia. La información es la vía de la sensibilización, de la verificación, del control de la realidad de los hechos en los caminos de la paz." (Pág. 3)*
- JPII87-13 *"Divulgación insistente de todo lo que puede ayudar a hacer comprender y a hacer vivir la paz y la justicia, desde las más humildes iniciativas al servicio de la paz y de la justicia hasta los esfuerzos de las instancias internacionales." (Pág. 4)*
- JPII87-14 *"Vuestra tarea de responsables de las comunicaciones es la de una educación permanente. Vuestro deber de usuarios es el de una continua búsqueda de acceso a todos los datos que podrán formar vuestra opinión y haceros cada vez más sensibles a vuestras responsabilidades. Todos nosotros somos responsables del destino de la justicia y de la paz." (Pág. 4)*
- JPII88-1 *"Si un día pudiéramos decir de verdad que "comunicar" se convierte en "fraternizar", que "comunicación" significa "solidaridad humana" (Pág. 1)*
- JPII88-2 *"Las comunicaciones de masa atraviesan un momento de desarrollo vertiginoso, son los lazos que traban entre pueblos y culturas lo que aportan de más valioso. Pero sé que vosotros mismos, los profesionales de la comunicación, sois conscientes de sus efectos perjudiciales, que amenazan con desnaturalizar estas relaciones entre los pueblos y las culturas. La exaltación del yo, el desprecio o el rechazo de los que no son como yo, pueden agravar las tensiones o las divisiones. Esas actitudes engendran violencia, desvían y destruyen la verdadera comunicación y hacen imposible toda relación fraterna." (Pág. 2)*
- JPII88-3 *"Para que pueda haber una fraternidad y una solidaridad humanas, y, con más motivo, para que se profundice su dimensión cristiana hay que reconocer los valores elementales que las sustentan. Permitidme que haga referencia aquí a algunos de ellos: El respeto al otro, el sentido de diálogo, la justicia, la ética sana de la vida personal y comunitaria, la libertad, la igualdad, la paz en la unidad, la promoción de la dignidad de la persona humana, la capacidad de participación y de compartir. La fraternidad y la solidaridad superan todo espíritu de clan, de capillita, todo nacionalismo, todo racismo, todo abuso de poder, todo fanatismo individual, cultural o religioso." (Pág. 2)*
- JPII88-4 *"Las agencias de información y la prensa en su conjunto manifiestan su respeto por el otro cuando dan una información completa y equilibrada; la radiodifusión de la*

palabra logra tanto mejor su finalidad si ofrece a todos la posibilidad de intercambios recíprocos" (Pág. 2).

- JPII88-5 "Los medios de comunicación que son expresión de grupos particulares contribuyen a reforzar la justicia, cuando hacen oír la voz de los que están privados de ella" (Pág. 2)*
- JPII88-6 "Ofrecer a las personas y a las comunidades imágenes que favorezcan la compenetración de las culturas, sin intolerancia y sin violencia, al servicio de la unidad" (Pág. 2)*
- JPII88-7 "Facilitando al mayor número posible de ellas el acceso a estos medios, con el fin de hacer posible verdaderos intercambios" (Pág. 2)*
- JPII88-8 "Los bancos de datos integran una cantidad de informaciones diversas hasta ahora impensable: sabemos que su utilización puede acarrear toda clase de presiones o de violencias a la vida privada o colectiva; por eso, una sabia gestión de estos medios se convierte en una verdadera condición para la paz" (Pág. 3)*
- JPII88-9 "La publicidad ...deben tener en cuenta a las personas menos favorecidas que no pueden acceder a los bienes propuestos." (Pág. 3)*
- JPII89-1 "La información religiosa tiende a ocupar más espacio en los medios de comunicación, debido al mayor interés que se manifiesta hacia la dimensión religiosa de las realidades humanas, individuales y sociales. (...)no se trata de una presencia impuesta por los medios de comunicación, sino de una demanda específica por parte del público." (Pág. 1)*
- JPII89-2 "Colaborar, de modo constructivo, con las redes de comunicación cultural de todos los tipos, superando las dificultades de competencia con vistas al bien último del mensaje religioso." (Pág. 4)*
- JPII90-1 "Hoy en día, por ejemplo, ya a nadie se le ocurriría pensar en las comunicaciones sociales o hablar de las mismas como de simples instrumentos o tecnologías. Más bien, ahora las consideran como parte integrante de una cultura aún inacabada cuyas plenas implicaciones todavía no se entienden perfectamente y cuyas potencialidades por el momento se han explotado sólo parcialmente." (Pág. 2)*
- JPII90-2 "Con la llegada de las telecomunicaciones informáticas y de los sistemas de participación informática, a la Iglesia se le ofrecen nuevos medios para llevar a cabo su misión. Métodos para facilitar la comunicación y el diálogo entre sus propios miembros pueden fortalecer los vínculos de unidad entre los mismos." (Pág. 2)*
- JPII90-3 "Buscar modos de utilizar los nuevos sistemas de conservación e intercambio de datos para contribuir a la promoción de una mayor justicia universal, de un mayor respeto a los derechos humanos, de un sano desarrollo para todos los individuos y pueblos, y de las libertades que son esenciales para una vida plenamente humana." (Pág. 3)*
- JPII91-1 "Reflexionen una vez mas acerca de los serios problemas y las numerosas oportunidades nuevas que ofrece el continuo desarrollo de los medios de*

- comunicación, especialmente por lo que se refiere a la unidad y el progreso de todos los pueblos." (Pág. 1)
- JPII91-2 *"El objeto de estos (...) conducirnos a una fraternidad y comprensión mutuas cada vez mayores, y ayudarnos a avanzar en nuestro destino humano de hijos e hijas amados de Dios." (Pág. 1)*
- JPII91-3 *"Para que sean medios eficaces de mayor compañerismo y de auténtico progreso humano, estos medios han de ser un canal y expresión de verdad, justicia, paz, buena voluntad y caridad activa, ayuda mutua, amor y comunión." (Pág. 2)*
- JPII92-1 *Los medios de comunicación(...) son el billete de ingreso de todo hombre y toda mujer al mercado moderno, donde se expresan públicamente las propias opiniones, se realiza un intercambio de ideas, circulan las noticias y se transmiten y reciben informaciones de todo tipo. (Pág. 1)*
- JPII92-2 *"Dan constante muestra de las limitaciones de nuestra condición humana, de la presencia del mal en los individuos y en la sociedad, de la violencia insensata y de las injusticias que los hombres se infligen unos a otros con diversos pretextos." (Pág. 2)*
- JPII92-3 *"Tres grandes Organizaciones católicas que trabajan en los medios de comunicación: la Oficina católica internacional del cine (OCIC), la Unión católica internacional de la Prensa (UCIP), y la Asociación católica internacional para la Radio y la Televisión (UNDA)." (Pág. 3)*
- JPII93-1 *"En gran parte esa nueva cultura es resultado de los avances tecnológicos que ha suscitado nuevas vías de comunicación, con nuevos lenguajes, nuevas técnicas y una nueva psicología" (Pág. 1)*
- JPII94-1 *"Los canales de televisión, tanto públicos como privados, representan un medio público al servicio del bien común; no son sólo una garantía privada de intereses comerciales o un instrumento de poder o de propaganda para determinados grupos sociales, políticos o económicos; han de estar al servicio del bienestar de la sociedad en su totalidad." (Pág. 3)*
- JPII94-2 *"Se invita a las autoridades públicas a que establezcan y hagan respetar modelos éticos razonables para la programación, (...)promover el diálogo entre la industria televisiva y el público, facilitando estructuras y oportunidades para que pueda tener lugar."(Pág. 4)*
- JPII95-1 *"Entre los medios de comunicación social, el cine es sin duda un instrumento muy difundido y apreciado y de él parten con frecuencia mensajes capaces de influenciar y condicionar las elecciones del público, sobre todo del más joven, en cuanto forma de comunicación que se basa no tanto en las palabras, cuanto en hechos concretos, expresados con imágenes de gran impacto sobre los espectadores y su subconsciente." (Pág. 1)*
- JPII95-2 *"Entendido incluso como vehículo de intercambios culturales e invitación a la apertura y a la reflexión con respecto a realidades ajenas a nuestra formación y mentalidad. (...) Permite superar las distancias y adquiere la dignidad propia de la*

cultura, el modo específico de existir y ser del hombre que dentro de cada comunidad crea un conjunto de vínculos entre las personas, que determinan el carácter interhumano y social de la existencia humana" (Pág. 2)

- JPII95-3 "Los que trabajan en el delicado sector del cine, en cuanto comunicadores, deben mostrarse abiertos al diálogo y a la realidad que les rodea, esforzándose por subrayar los acontecimientos más importantes con la realización de obras que estimulen a la reflexión, siendo conscientes de que tal apertura, al favorecer el acercamiento de las distintas culturas y de los hombres entre sí, puede producir frutos positivos para todos." (Pág. 3)*
- JPII96-1 "Es de alabar que los comunicadores a menudo se constituyan en defensores de los que no tienen voz y de los marginados. Ellos se encuentran en una posición privilegiada para estimular también la conciencia social en referencia a dos serias cuestiones relativas a la mujer en el mundo actual." (Pág. 1)*
- JPII96-2 "Es una injusticia discriminar, desde el punto de vista económico o social, precisamente aquellas mujeres por seguir su vocación fundamental (...). Urgente necesidad de alcanzar en todas las áreas: un mismo salario para igual trabajo, protección adecuada a las madres trabajadoras, justa promoción en la carrera, igualdad entre esposos en el derecho de familia y el reconocimiento de todo lo perteneciente a los derechos y deberes del ciudadano en un sistema democrático." (Pág. 1)*
- JPII96-3 "Se valorará cada vez más la mayor presencia de la mujer en la sociedad, porque contribuirá en poner de manifiesto las contradicciones de una sociedad organizada sobre criterios de eficiencia y productividad y obligará a formular de nuevo los sistemas en función de los procesos de humanización que caracterizan la 'civilización del amor'" (Pág. 2)*
- JPII96-4 "Los mass media representan un foro moderno en donde la información se recibe y transmite rápidamente a un auditorio global, y en donde se intercambian ideas, se forman actitudes" (Pág. 2)*
- JPII97-1 "Presenciamos una expansión sin precedentes de los medios de comunicación social, con una oferta cada vez mayor de productos y servicios. Y con todo, existen todavía numerosas personas que no tienen acceso a los medios, antiguos o nuevos." (Pág. 3)*
- JPII97-2 "Debemos esperar que la brecha entre los beneficiarios de los nuevos medios de información y expresión, y aquéllos que hasta ahora no han tenido acceso a estos, no se convierta en otra obstinada fuente de desigualdad y discriminación."(Pág. 1)*
- JPII98-1 "Entre estos signos de esperanza podemos señalar éstos: el progreso científico, tecnológico y especialmente médico, al servicio de la vida humana; una mayor conciencia de nuestra responsabilidad sobre el medio ambiente; los esfuerzos para restaurar la paz y la justicia allá donde han sido violentadas; un deseo de reconciliación y solidaridad entre los pueblos, en particular entre el Norte y el Sur del mundo." (Pág. 1)*

- JPII98-2 *"Los medios de comunicación social son realmente el nuevo "Areópago" del mundo de hoy. Un gran foro que, cuando cumple bien su papel, posibilita el intercambio de información veraz, de ideas constructivas y sanos valores, creando así comunidad." (Pág. 2)*
- JPII99-1 *"Asegurará un mundo donde la Iglesia y los medios podrán trabajar juntos por el bien de la humanidad. Esto es lo que se necesita para que el poder de los medios no sea una fuerza que destruye sino un amor creativo (Pág. 3)*
- JPII00-1 *"Ya a nadie se le ocurriría pensar en las comunicaciones sociales o hablar de las mismas como de simples instrumentos o tecnologías. Más bien, ahora las consideran como parte integrante de una cultura aún inacabada cuyas plenas implicaciones todavía no se entienden perfectamente y cuyas potencialidades por el momento se han explotado sólo parcialmente." (Pág. 2)*
- JPII00-2 *"Buscar modos de utilizar los nuevos sistemas de conservación e intercambio de datos para contribuir a la promoción de una mayor justicia universal, de un mayor respeto a los derechos humanos, de un sano desarrollo para todos los individuos y pueblos, y de las libertades que son esenciales para una vida plenamente humana." (Pág. 3)*
- JPII01-1 *"En el pasado los medios informaban sobre los acontecimientos, ahora, con frecuencia, son las necesidades de los medios las que dan forma a los acontecimientos. De este modo la interacción entre la realidad y los medios se ha hecho cada vez más compleja dando lugar a un profundo fenómeno ambivalente. Por una parte se puede deformar la distinción entre verdad e ilusión; pero por otra, es posible crear oportunidades sin precedente para hacer que la verdad sea mucho más accesible a muchas más personas." (Pág. 2)*
- JPII02-1 *"Internet es ciertamente un nuevo «foro», entendido en el antiguo sentido romano de lugar público donde se trataba de política y negocios, se cumplían los deberes religiosos, se desarrollaba gran parte de la vida social de la ciudad, y se manifestaba lo mejor y lo peor de la naturaleza humana. Era un lugar de la ciudad muy concurrido y animado, que no sólo reflejaba la cultura del ambiente, sino que también creaba una cultura propia. Esto mismo sucede con el ciberespacio, que es, por decirlo así, una nueva frontera que se abre al inicio de este nuevo milenio. Como en las nuevas fronteras de otros tiempos, ésta entraña también peligros y promesas, con el mismo sentido de aventura que caracterizó otros grandes períodos de cambio." (Pág. 1 y 2)*
- JPII02-2 *"¿Cómo podemos garantizar que este magnífico instrumento, concebido primero en el ámbito de operaciones militares, contribuya ahora a la causa de la paz? ¿Puede fomentar la cultura del diálogo, de la participación, de la solidaridad y de la reconciliación, sin la cual la paz no puede florecer? La Iglesia cree que sí."(Pág. 3)*
- JPII03-1 *"Todavía la paz, la justicia y la estabilidad social están ausentes en muchas partes del mundo. El terrorismo, el conflicto en Medio Oriente y otras regiones, las amenazas y contra-amenazas, la injusticia, la explotación y las violaciones a la dignidad y la santidad de la vida humana, tanto antes como después del nacimiento, son realidades que causan consternación en nuestros días." (Pág. 1)*

- JPII03-2 *"Ha crecido enormemente el poder de los medios para moldear las relaciones humanas e influenciar la vida política y social, tanto para el bien como para el mal." (Pág. 1)*
- JPII03-3 *"Los Medios y la verdad. La exigencia moral fundamental de toda comunicación es el respeto y el servicio a la verdad. La libertad de buscar y decir la verdad es un elemento esencial de la comunicación humana, no sólo en relación con los hechos y la información, sino también y especialmente sobre la naturaleza y destino de la persona humana, respecto a la sociedad y el bien común" (Pág. 2)*
- JPII03-4 *"Los medios a veces funcionan como agentes de propaganda y desinformación al servicio de intereses estrechos o de prejuicios de naturaleza nacional, étnica, racial o religiosa, de avaricia material o de falsas ideologías de tendencias diversas." (Pág. 2)*
- JPII03-5 *"El bien universal, es decir, el que afecta a toda la familia humana, en el que cada individuo y todos los pueblos tienen el derecho de compartirlo." (Pág. 2)*
- JPII03-6 *"Los medios y la libertad. La libertad es una condición previa de la verdadera paz, así como uno de sus más preciosos frutos. Los medios sirven a la libertad sirviendo a la verdad, y por el contrario, obstruyen la libertad en la medida en que se alejan de la verdad y difunden falsedades o crean un clima de reacciones emotivas incontroladas ante los hechos. Sólo cuando la sociedad tiene libre acceso a una información veraz y suficiente, puede dedicarse a buscar el bien común y respaldar una responsable autoridad pública." (Pág. 3)*
- JPII03-7 *"Si los medios están para servir a la libertad, ellos mismos deben ser libres y usar correctamente esa libertad." (Pág. 3)*
- JPII03-8 *"En particular los reporteros y comentaristas tienen el grave deber de seguir las indicaciones de su conciencia moral y resistir a las presiones que les empujan a "adaptar" la verdad para satisfacer las exigencias de los poderes económicos o políticos." (Pág.3)*
- JPII03-9 *"En concreto es necesario, no sólo encontrar el modo de garantizar a los sectores más débiles de la sociedad el acceso a la información que necesitan, sino también asegurar que no sean excluidos de un papel efectivo y responsable en la toma de decisiones sobre los contenidos de los medios, y en la determinación de las estructuras y líneas de conducta de las comunicaciones sociales." (Pág. 3)*
- JPII03-10 *Los medios de comunicación son actores clave en el mundo actual, y tienen un papel inmenso que realizar para construir aquella confianza. (...)suscitar una reacción pública positiva o negativa hacia los eventos, según sus intereses. (...)los hombres y mujeres de los medios están especialmente obligados a contribuir a la paz en todas las partes del mundo derribando las barreras de la desconfianza, impulsando la reflexión sobre el punto de vista de los otros, y esforzándose siempre por aunar a los pueblos y las naciones en un entendimiento y respeto mutuo; y más allá de la comprensión y el respeto, ¡en la reconciliación y la misericordia!." (Pág. 3)*

- JPII04-1 *"Gozan de oportunidades prácticamente ilimitadas de información, educación, enriquecimiento cultural e incluso crecimiento espiritual, oportunidades muy superiores a las que tenían en el pasado reciente la mayoría de las familias." (Pág. 1)*
- JPII04-2 *"La comunicación, en todas sus formas, debe inspirarse siempre en el criterio ético del respeto a la verdad y a la dignidad de la persona humana." (Pág. 2)*
- JPII05-1 *"Señala una necesidad urgente: promover la unidad de la familia humana a través de la utilización de estos maravillosos recursos." (Pág.1)*
- JPII05-2 *"Para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Un conocimiento adecuado promueve la comprensión, disipa los prejuicios y despierta el deseo de aprender más." (Pág. 1)*
- JPII05-3 *"Realmente los medios tienen un potencial enorme para promover la paz y construir puentes entre los pueblos, rompiendo el círculo fatal de la violencia, la venganza y las agresiones sin fin, tan extendidas en nuestro tiempo." (Pág. 2)*
- JPII05-4 *"Los medios pueden unir a las personas, otra es su gran influencia positiva para impulsar las movilizaciones de ayuda en respuesta a desastres naturales u otros." (Pág. 2)*
- JPII05-5 *"La velocidad con que las noticias viajan hoy aumenta la posibilidad de tomar medidas prácticas en tiempo útil para ofrecer la mejor asistencia. De esta manera los medios pueden lograr un bien muy grande." (Pág. 2)*
- JPII05-6 *"La persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la comunicación debería realizarse de personas a personas, con vistas al desarrollo integral de las mismas". (Pág. 2)*
- JPII05-7 *"El bien común, un bien que no se reduzca a los estrechos intereses de un grupo particular o nación, sino que acoja las necesidades e intereses de todos, el bien de la familia humana entera"(Pág. 2)*
- BEXVI06-1 *"Los medios como una red que facilita la comunicación, la comunión y la cooperación." (Pág.1)*
- BEXVI06-2 *"Los avances tecnológicos en los medios han conquistado en cierta medida tiempo y espacio, haciendo la comunicación entre las personas tanto instantánea como directa, aun cuando están separadas por enormes distancias. Este desarrollo presenta un potencial enorme para servir al bien común y constituye un patrimonio a salvaguardar y promover". (Pág. 1)*
- BEXVI06-3 *"La inmediatez de la comunicación no necesariamente se traduce en la construcción de la cooperación y la comunión en la sociedad." (Pág. 1)*
- BEXVI06-4 *"Así pues, deben fomentarse siempre el reporte preciso de los eventos, la explicación completa de los hechos de interés público y la presentación justa de diversos puntos de vista." (pág. 2)*

- BEXVI06-5 *"Para motivar tanto una presencia constructiva como una percepción positiva de los medios en la sociedad, deseo reiterar la importancia de los tres pasos identificados por mi venerado predecesor el Papa Juan Pablo II, necesarios para el servicio que deben prestar al bien común: formación, participación y diálogo" (Pág. 2)*
- BEXVI06-6 *"La formación en el uso responsable y crítico de los medios ayuda a las personas a utilizarlos de manera inteligente y apropiada." (pág. 2)*
- BEXVI06-7 *"La participación en los medios surge de su naturaleza: son un bien destinado a toda persona. Como servicio público, la comunicación social requiere de un espíritu de cooperación y co-responsabilidad con escrupulosa atención en el uso de los recursos públicos y en el desempeño de los cargos públicos, incluyendo el recurso a marcos normativos y a otras medidas o estructuras diseñadas para lograr este objetivo." (Pág. 3)*
- BEXVI06-8 *"Los medios de comunicación deben aprovechar y ejercer las grandes oportunidades que les brindan la promoción del diálogo, el intercambio de conocimientos, la expresión de solidaridad y los vínculos de paz. De esta manera ellos se transforman en recursos incisivos y apreciados para la construcción de la civilización del amor que toda persona anhela." (Pág. 3)*
- BEXVI07-1 *"Surge entonces como una especie de reciprocidad que apunta a la responsabilidad de los medios como industria, y a la necesidad de una participación crítica y activa por parte de los lectores, televidentes u oyentes." (Pág. 1)*
- BEXVI07-2 *"Necesidad de que los medios estén comprometidos en una formación efectiva y éticamente aceptable sea vista con particular interés e incluso con urgencia, no solamente por los padres y profesores, sino también por todos aquéllos que tienen un sentido de responsabilidad cívica." (Pág. 2)*
- BEXVI08-1 *"No existe ámbito de la experiencia humana —más aún si consideramos el amplio fenómeno de la globalización— en el que los medios de comunicación social no se hayan convertido en parte constitutiva de las relaciones interpersonales y de los procesos sociales, económicos, políticos y religiosos." (Pág. 1)*
- BEXVI08-2 *"Es innegable la aportación que pueden dar al flujo de noticias, al conocimiento de los hechos y a la difusión del saber. Por ejemplo, han contribuido de manera decisiva a la alfabetización y a la socialización, así como al desarrollo de la democracia y al diálogo entre los pueblos. Sin su aportación sería realmente difícil favorecer y mejorar la comprensión entre las naciones, dar alcance universal a los diálogos de paz, garantizar al hombre el bien primario de la información, asegurando a la vez la libre circulación del pensamiento, sobre todo en orden a los ideales de solidaridad y justicia social." (Pág. 1)*
- BEXVI08-3 *"Los medios de comunicación(...) pueden y deben ser instrumentos al servicio de un mundo más justo y solidario. Lamentablemente, existe el peligro de que se transformen en sistemas dedicados a someter al hombre a lógicas dictadas por los intereses dominantes del momento. Es el caso de una comunicación usada para fines*

ideológicos o para la venta de productos de consumo mediante una publicidad obsesiva." (Págs. 1 y 2)

- BEXVI08-4 "Puede suceder también que a través de los medios de comunicación social se propongan y apoyen modelos de desarrollo que, en vez de disminuir el abismo tecnológico entre los países pobres y los ricos, lo aumentan."(Pág. 2)*
- BEXVI08-5 "En ocasiones la comunicación parece tener la pretensión no sólo de representar la realidad, sino también de determinarla gracias al poder y a la fuerza de sugestión que posee." (Pág.2)*
- BEXVI08-6 "Se constata, por ejemplo, que con respecto a algunos acontecimientos los medios no se utilizan para una adecuada función de información, sino para "crear" los acontecimientos mismos." (Pág. 2)*
- BEXVI08-7 "Cuando la comunicación pierde las raíces éticas y elude el control social, termina por olvidar la centralidad y la dignidad inviolable del ser humano, y corre el riesgo de influir negativamente sobre su conciencia y sus opciones, condicionando así, en definitiva, la libertad y la vida misma de las personas. Precisamente por eso es indispensable que los medios de comunicación social defiendan celosamente a la persona y respeten plenamente su dignidad. Son muchos los que piensan que en este ámbito es necesaria una "info-ética", así como existe la bio-ética en el campo de la medicina y de la investigación científica vinculada a la vida." (pág. 3)*
- BEXVI08-8 "Hay que evitar que los medios de comunicación social se conviertan en megáfono del materialismo económico y del relativismo ético, verdaderas plagas de nuestro tiempo. Por el contrario, pueden y deben contribuir a dar a conocer la verdad sobre el hombre, defendiéndola ante los que tienden a negarla o destruirla." (Pág. 3)*
- BEXVI08-9 "En esta época de globalización todos somos usuarios y a la vez operadores de comunicaciones sociales. Los nuevos medios de comunicación, en particular la telefonía e internet, están modificando el rostro mismo de la comunicación y, tal vez, esta es una magnífica ocasión para volver a diseñarlo, para hacer más visibles, como dijo mi venerado predecesor Juan Pablo II, las líneas esenciales e irrenunciables de la verdad sobre la persona humana." (pág. 3)*
- BEXVI09-1 "Las nuevas tecnologías digitales están provocando hondas transformaciones en los modelos de comunicación y en las relaciones humanas." (Pág. 1)*
- BEXVI09-2 "Quisiera compartir con ellos algunas ideas sobre el extraordinario potencial de las nuevas tecnologías, cuando se usan para favorecer la comprensión y la solidaridad humana. Estas tecnologías son un verdadero don para la humanidad y por ello debemos hacer que sus ventajas se pongan al servicio de todos los seres humanos y de todas las comunidades, sobre todo de los más necesitados y vulnerables. (Pág. 1)*
- BEXVI09-3 "Las familias pueden permanecer en contacto aunque sus miembros estén muy lejos unos de otros; los estudiantes e investigadores tienen acceso más fácil e inmediato a documentos, fuentes y descubrimientos científicos, y pueden así trabajar en equipo desde diversos lugares; además, la naturaleza interactiva de los nuevos medios*

facilita formas más dinámicas de aprendizaje y de comunicación que contribuyen al progreso social." ((Págs. 1 y 2)

- BEXVI09-4 "Deseo animar a todas las personas de buena voluntad, y que trabajan en el mundo emergente de la comunicación digital, para que se comprometan a promover una cultura de respeto, diálogo y amistad." (Pág. 2)*
- BEXVI09-5 "La producción y difusión de contenidos de los nuevos medios, han de comprometerse a respetar la dignidad y el valor de la persona humana." (Pag. 2)*
- BEXVI09-6 "Las nuevas tecnologías han abierto también caminos para el diálogo entre personas de diversos países, culturas y religiones. El nuevo espacio digital, llamado ciberespacio, permite encontrarse y conocer los valores y tradiciones de otros." (Pág. 3)*
- BEXVI09-7 "El diálogo debe estar basado en una búsqueda sincera y recíproca de la verdad, para potenciar el desarrollo en la comprensión y la tolerancia." (Pág. 3)*
- BEXVI09-8 "Sería una pena que nuestro deseo de establecer y desarrollar las amistades en línea fuera en deterioro de nuestra disponibilidad para la familia, los vecinos y quienes encontramos en nuestra realidad cotidiana, en el lugar de trabajo, en la escuela o en el tiempo libre. En efecto, cuando el deseo de conexión virtual se convierte en obsesivo, la consecuencia es que la persona se aísla, interrumpiendo su interacción social real. Esto termina por alterar también los ritmos de reposo, de silencio y de reflexión necesarios para un sano desarrollo humano." (Pág. 3)*
- BEXVI09-9 "Es alentador ver surgir nuevas redes digitales que tratan de promover la solidaridad humana, la paz y la justicia, los derechos humanos, el respeto por la vida y el bien de la creación. Estas redes pueden facilitar formas de cooperación entre pueblos de diversos contextos geográficos y culturales, permitiéndoles profundizar en la humanidad común y en el sentido de corresponsabilidad para el bien de todos. Pero se ha de procurar que el mundo digital en el que se crean esas redes sea realmente accesible a todos. Sería un grave daño para el futuro de la humanidad si los nuevos instrumentos de comunicación, que permiten compartir saber e información de modo más veloz y eficaz, no fueran accesibles a quienes ya están social y económicamente marginados, o si contribuyeran tan sólo a acrecentar la distancia que separa a los pobres de las nuevas redes que se desarrollan al servicio de la información y la socialización humana." (Págs. 3 y 4)*
- BEXVI09-10 "El corazón humano anhela un mundo en el que reine el amor, donde los bienes sean compartidos, donde se edifique la unidad, donde la libertad encuentre su propio sentido en la verdad y donde la identidad de cada uno se logre en una comunión respetuosa". (Pág. 4)*
- BEXVI10-1 "Las vías de comunicación abiertas por las conquistas tecnológicas se han convertido en un instrumento indispensable para responder adecuadamente a estas preguntas, que surgen en un contexto de grandes cambios culturales, que se notan especialmente en el mundo juvenil." (Pág. 1)*

- BEXVI10-2 *"El desarrollo de las nuevas tecnologías y, en su dimensión más amplia, todo el mundo digital, representan un gran recurso para la humanidad en su conjunto y para cada persona en la singularidad de su ser, y un estímulo para el debate y el diálogo." (Pág. 3)*
- BEXVI11-1 *"La propagación de la comunicación a través de internet. (...) la amplia transformación en el campo de las comunicaciones dirige las grandes mutaciones culturales y sociales de hoy (...) nos encontramos ante una vasta transformación cultural. Junto a ese modo de difundir información y conocimientos, en un nuevo modo de aprender y de pensar, así como nuevas oportunidades para establecer relaciones y construir lazos de comunión." (Pág. 1)*
- BEXVI11-2 *"Como todo fruto del ingenio humano, las nuevas tecnologías de comunicación deben ponerse al servicio del bien integral de la persona y de la humanidad entera. Si se usan con sabiduría, pueden contribuir a satisfacer el deseo de sentido, de verdad y de unidad que sigue siendo la aspiración más profunda del ser humano." (Pág. 1)*
- BEXVI11-3 *"Transmitir información en el mundo digital significa cada vez más introducirla en una red social, en la que el conocimiento se comparte en el ámbito de intercambios personales. Se relativiza la distinción entre el productor y el consumidor de información, y la comunicación ya no se reduce a un intercambio de datos, sino que se desea compartir. Esta dinámica ha contribuido a una renovada valoración del acto de comunicar, considerado sobre todo como diálogo, intercambio, solidaridad y creación de relaciones positivas." (Pág. 1)*
- BEXVI11-4 *"Algunos límites típicos de la comunicación digital: una interacción parcial, la tendencia a comunicar solo una parte del propio mundo interior, el riesgo de construir una cierta imagen de sí mismos que suele llevar a la autocomplacencia" (Pág. 2)*
- BEXVI11-5 *"El espacio público digital crea por sí las redes sociales, pero estas están haciendo nuevas formas de relación interpersonal que inciden en la imagen que se tiene de uno mismo" (Pág. 2)*
- BEXVI11-6 *"La presencia de estos espacios virtuales puede ser expresión de una búsqueda sincera de un encuentro personal con el otro, si se evitan ciertos riesgos, como buscar refugio en una especie de mundo paralelo, una excesiva exposición a un mundo virtual. El anhelo de compartir establece "amistades" implica el desafío de ser auténticos, fieles a sí mismos, sin ceder a la ilusión de construir artificialmente el propio perfil público" (Pág. 2)*
- BEXVI11-7 *"Es importante recordar siempre que el contacto virtual no puede y no debe sustituir el contacto humano directo, en todos los aspectos de nuestra vida." (Pág. 2)*
- BEXVI11-8 *"Cuando se intercambian informaciones, la persona se compromete a sí misma, su visión del mundo, sus esperanzas, sus ideales" (Pág. 2)*

- BEXVI11-9 *"Invita a los cristianos a unirse con confianza y creatividad responsablemente a la red de relaciones que la era digital ha hecho posible, (...)porque esta red es parte integral de la vida humana. La red está contribuyendo a desarrollar de nuevas y más complejas formas de conciencia intelectual y espiritual, de comprensión común." (Pág. 3)*
- BEXVI12-1 *"La relación entre el silencio y la palabra: dos momentos de la comunicación que deben equilibrarse, alternarse e integrarse para obtener un auténtico diálogo y una profunda cercanía entre las personas. (...)Cuando se integran recíprocamente, la comunicación adquiere valor y significado."(Pág. 1)*
- BEXVI12-2 *"El silencio es parte integrante de la comunicación y sin él no existen palabras con densidad de contenido. (...)Callando se permite hablar a la persona que tenemos delante, expresarse a sí misma (...)Se abre así un espacio de escucha recíproca y se hace posible una relación humana más plena. En el silencio, por ejemplo, se acogen los momentos más auténticos de la comunicación entre los que se aman: la gestualidad, la expresión del rostro, el cuerpo como signos que manifiestan la persona. En el silencio hablan la alegría, las preocupaciones, el sufrimiento, que precisamente en él encuentran una forma de expresión particularmente intensa." (pág. 1)*
- BEXVI12-3 *"Una profunda reflexión nos ayuda a descubrir la relación existente entre situaciones que a primera vista parecen desconectadas entre sí, a valorar y analizar los mensajes; esto hace que se puedan compartir opiniones sopesadas y pertinentes, originando un auténtico conocimiento compartido. Por esto, es necesario crear un ambiente propicio, casi una especie de "ecosistema" que sepa equilibrar silencio, palabra, imágenes y sonidos." (Págs. 1 y 2)*
- BEXVI12-4 *"El silencio es precioso para favorecer el necesario discernimiento entre los numerosos estímulos y respuestas que recibimos, para reconocer e identificar asimismo las preguntas verdaderamente importantes." (Pág. 2)*
- BEXVI12-5 *"Hay que considerar con interés los diversos sitios, aplicaciones y redes sociales que pueden ayudar al hombre de hoy a vivir momentos de reflexión y de auténtica interrogación, pero también a encontrar espacios de silencio, ocasiones de oración, meditación y de compartir la Palabra de Dios." (Pág. 2)*
- BEXVI13-1 *"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." (pág. 1)*
- BEXVI13-2 *"Cuando se valorizan bien y de manera equilibrada, favorecen formas de diálogo y de debate que, llevadas a cabo con respeto, salvaguarda de la intimidad, responsabilidad e interés por la verdad, pueden reforzar los lazos de unidad entre las personas y promover eficazmente la armonía de la familia humana. El intercambio de información puede convertirse en verdadera comunicación, los contactos pueden transformarse en amistad, las conexiones pueden facilitar la comunión. (...)no se comparten tan solo ideas e informaciones, sino que, en última instancia, son ellas mismas el objeto de la comunicación." (Pág. 1)*

- BEXVI13-3 *"El desarrollo de las redes sociales requiere un compromiso: las personas se sienten implicadas cuando han de construir relaciones y encontrar amistades, cuando buscan respuestas a sus preguntas, o se divierten, pero también cuando se sienten estimuladas intelectualmente y comparten competencias y conocimientos. Las redes se convierten así, cada vez más, en parte del tejido de la sociedad, en cuanto que unen a las personas en virtud de estas necesidades fundamentales. Las redes sociales se alimentan, por tanto, de aspiraciones radicadas en el corazón del hombre." (Pág. 1)*
- BEXVI13-4 *"Los medios de comunicación social necesitan, por tanto, del compromiso de todos aquellos que son conscientes del valor del diálogo, del debate razonado, de la argumentación lógica; de personas que tratan de cultivar formas de discurso y de expresión que apelan a las más nobles aspiraciones de quien está implicado en el proceso comunicativo. El diálogo y el debate pueden florecer y crecer asimismo cuando se conversa y se toma en serio a quienes sostienen ideas distintas de las nuestras. Teniendo en cuenta la diversidad cultural, es preciso lograr que las personas no sólo acepten la existencia de la cultura del otro, sino que aspiren también a enriquecerse con ella y a ofrecerle lo que se tiene de bueno, de verdadero y de bello" (Pág. 2)*
- BEXVI13-5 *"El ambiente digital no es un mundo paralelo o puramente virtual, sino que forma parte de la realidad cotidiana de muchos, especialmente de los más jóvenes. Las redes sociales son el fruto de la interacción humana pero, a su vez, dan nueva forma a las dinámicas de la comunicación que crea relaciones; por tanto, una comprensión atenta de este ambiente es el prerrequisito para una presencia significativa dentro del mismo." (Pág 2)*
- BEXVI13-6 *"Las redes sociales pueden ser un factor de desarrollo humano." (Pág. 4)*
- FR14-1 *"Los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos. Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros." (Pág.1)*
- FR14-2 *"La cultura del encuentro requiere que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros." (Pág. 1)*
- FR14-3 *"La velocidad con la que se suceden las informaciones supera nuestra capacidad de reflexión y de juicio, y no permite una expresión mesurada y correcta de uno mismo." (Pág. 1)*
- FR14-4 *"El mundo de la comunicación puede ayudarnos a crecer o, por el contrario, a desorientarnos. El deseo de conexión digital puede terminar por aislarnos de nuestro prójimo, de las personas que tenemos al lado. Sin olvidar que quienes no acceden a estos medios de comunicación social –por tantos motivos–, corren el riesgo de quedar excluidos." (pág. 2)*

- FR14-5 *"Tenemos que recuperar un cierto sentido de lentitud y de calma. Esto requiere tiempo y capacidad de guardar silencio para escuchar." (Pág.2)*
- FR14-6 *"La persona se expresa con plenitud no cuando se ve simplemente tolerada, sino cuando percibe que es verdaderamente acogida. Si tenemos el genuino deseo de escuchar a los otros, entonces aprenderemos a mirar el mundo con ojos distintos y a apreciar la experiencia humana tal y como se manifiesta en las distintas culturas y tradiciones." (Pág. 2)*
- FR14-7 *"Quien comunica se hace prójimo, cercano." (Pág. 2)*
- FR14-8 *"Comunicar significa, por tanto, tomar conciencia de que somos humanos, hijos de Dios. Me gusta definir este poder de la comunicación como «proximidad»." (pág. 2)*
- FR14-9 *"Hoy corremos el riesgo de que algunos medios nos condicionen hasta el punto de hacernos ignorar a nuestro prójimo real." (Pág 3)*
- FR14-10 *"No basta (...)estar conectados: es necesario que la conexión vaya acompañada de un verdadero encuentro." (Pág. 3)*
- FR14-11 *"Las estrategias comunicativas no garantizan la belleza, la bondad y la verdad de la comunicación. El mundo de los medios de comunicación no puede ser ajeno de la preocupación por la humanidad, (...)La red digital puede ser un lugar rico en humanidad: no una red de cables, sino de personas humanas." (Pág. 3)*
- FR14-12 *"Es necesario saber entrar en diálogo con los hombres y las mujeres de hoy para entender sus expectativas, sus dudas, sus esperanzas." (Pág. 4)*
- FR14-13 *"Dialogar significa estar convencidos de que el otro tiene algo bueno que decir, acoger su punto de vista, sus propuestas. Dialogar no significa renunciar a las propias ideas y tradiciones, sino a la pretensión de que sean únicas y absolutas." (Pág. 4)*
- FR15-1 *"La familia es el primer lugar donde aprendemos a comunicar. Volver a este momento originario nos puede ayudar, tanto a comunicar de modo más auténtico y humano." (Pág. 1)*
- FR15-2 *"Este episodio nos muestra ante todo la comunicación como un diálogo que se entrelaza con el lenguaje del cuerpo" (Pág. 1)*
- FR15-3 *"La familia. Un seno hecho de personas diversas en relación; la familia es el lugar donde se aprende a convivir en la diferencia diferencias de géneros y de generaciones, que comunican antes que nada porque se acogen mutuamente, porque entre ellos existe un vínculo." (Pág. 1)*
- FR15-4 *"Podemos dar porque hemos recibido, y este círculo virtuoso está en el corazón de la capacidad de la familia de comunicarse y de comunicar; y, más en general, es el paradigma de toda comunicación." (Pág. 2)*
- FR15-5 *"Lo que nos hace entender en la familia lo que es verdaderamente la comunicación como descubrimiento y construcción de proximidad es la capacidad de abrazarse,*

sostenerse, acompañarse, descifrar las miradas y los silencios, reír y llorar juntos, entre personas que no se han elegido y que, sin embargo, son tan importantes las unas para las otras. Reducir las distancias, saliendo los unos al encuentro de los otros y acogiéndose, es motivo de gratitud y alegría." (Pág. 2)

- FR15-6 *"El perdón es una dinámica de comunicación: una comunicación que se desgasta, se rompe y que, mediante el arrepentimiento expresado y acogido, se puede reanudar y acrecentar." (Págs. 3 y 4)*
- FR15-7 *"El silencio es parte integrante de la comunicación y sin él no existen palabras con densidad de contenido" (Pág. 3)*
- FR15-8 *"La familia, (...)ambiente en el que se aprende a comunicar en la proximidad y un sujeto que comunica, una «comunidad comunicante». Una comunidad que sabe acompañar, festejar y fructificar." (Pág. 4)*
- FR16-1 *"El amor, por su naturaleza, es comunicación, lleva a la apertura, no al aislamiento. Y si nuestro corazón y nuestros gestos están animados por la caridad, por el amor divino, nuestra comunicación será portadora de la fuerza de Dios." (Pág. 1)*
- FR16-2 *"La comunicación tiene el poder de crear puentes, de favorecer el encuentro y la inclusión, enriqueciendo de este modo la sociedad." (Pág. 1)*
- FR16-3 *"Que las palabras y las acciones sean apropiadas para ayudarnos a salir de los círculos viciosos de las condenas y las venganzas, que siguen enmarañando a individuos y naciones, y que llevan a expresarse con mensajes de odio." (Pág. 1)*
- FR16-4 *"Sabemos en qué modo las viejas heridas y los resentimientos que arrastramos pueden atrapar a las personas e impedirles comunicarse y reconciliarse. Esto vale también para las relaciones entre los pueblos. En todos estos casos la misericordia es capaz de activar un nuevo modo de hablar y dialogar" (Pág. 2)*
- FR16-5 *"Llamamiento sobre todo a cuantos tienen responsabilidades institucionales, políticas y de formar la opinión pública, a que estén siempre atentos al modo de expresarse cuando se refieren a quien piensa o actúa de forma distinta, o a quienes han cometido errores." (Pág. 2)*
- FR16-6 *"Se necesita valentía para orientar a las personas hacia procesos de reconciliación. Y es precisamente esa audacia positiva y creativa la que ofrece verdaderas soluciones a antiguos conflictos así como la oportunidad de realizar una paz duradera." (Pág. 2)*
- FR16-7 *"Que el estilo de nuestra comunicación sea tal, que supere la lógica que separa netamente los pecadores de los justos. Nosotros podemos y debemos juzgar situaciones de pecado –violencia, corrupción, explotación, etc.–, pero no podemos juzgar a las personas." "Nuestra tarea es amonestar a quien se equivoca, denunciando la maldad y la injusticia de ciertos comportamientos, con el fin de liberar a las víctimas y de levantar al caído." (Pág. 2)(Pág. 2)*
- FR16-8 *"Comunicar significa compartir, y para compartir se necesita escuchar, acoger. Escuchar es mucho más que oír. Oír hace referencia al ámbito de la información;*

escuchar, sin embargo, evoca la comunicación, y necesita cercanía. La escucha nos permite asumir la actitud justa, dejando atrás la tranquila condición de espectadores, usuarios, consumidores. Escuchar significa también ser capaces de compartir preguntas y dudas, de recorrer un camino al lado del otro, de liberarse de cualquier presunción de omnipotencia y de poner humildemente las propias capacidades y los propios dones al servicio del bien común." (Pág. 3)

- FR16-9 *"Escuchar significa prestar atención, tener deseo de comprender, de valorar, respetar, custodiar la palabra del otro." (Pág. 3)*
- FR16-10 *"No es la tecnología la que determina si la comunicación es auténtica o no, sino el corazón del hombre y su capacidad para usar bien los medios a su disposición. Las redes sociales son capaces de favorecer las relaciones y de promover el bien de la sociedad, pero también pueden conducir a una ulterior polarización y división entre las personas y los grupos. El entorno digital es una plaza, un lugar de encuentro, donde se puede acariciar o herir, tener una provechosa discusión o un linchamiento moral." (Pág. 3)*
- FR16-11 *"También en red se construye una verdadera ciudadanía. El acceso a las redes digitales lleva consigo una responsabilidad por el otro, que no vemos pero que es real, tiene una dignidad que debe ser respetada. La red puede ser bien utilizada para hacer crecer una sociedad sana y abierta a la puesta en común." (Pág. 3 y 4)*
- FR16-12 *"Comunicar con misericordia significa contribuir a la buena, libre y solidaria cercanía entre los hijos de Dios y los hermanos en humanidad."*
- FR17-1 *"Quisiera exhortar a todos a una comunicación constructiva que, rechazando los prejuicios contra los demás, fomente una cultura del encuentro que ayude a mirar la realidad con auténtica confianza." (Pág. 1)*
- FR17-2 *"Contribuir a la búsqueda de un estilo comunicativo abierto y creativo, que no dé todo el protagonismo al mal, sino que trate de mostrar las posibles soluciones, favoreciendo una actitud activa y responsable en las personas a las cuales va dirigida la noticia. Invito a todos a ofrecer a los hombres y a las mujeres de nuestro tiempo narraciones marcadas por la lógica de la buena noticia" (Pág. 2)*
- FR17-3 *"La realidad, en sí misma, no tiene un significado unívoco. Todo depende de la mirada con la cual es percibida, del «cristal» con el que decidimos mirarla: cambiando las lentes, también la realidad se nos presenta distinta. Entonces, ¿qué hacer para leer la realidad con «las lentes» adecuadas?" (Pág. 2)*
- FR18-1 *"El ser humano, imagen y semejanza del Creador, es capaz de expresar y compartir la verdad, el bien, la belleza. Es capaz de contar su propia experiencia y describir el mundo, y de construir así la memoria y la comprensión de los acontecimientos" (Pág. 1)*
- FR18-2 *"Pero el hombre, si sigue su propio egoísmo orgulloso, puede también hacer un mal uso de la facultad de comunicar" (Pág. 1)*

- FR18-3 *"La comunicación se convierte en lugar para expresar la propia responsabilidad en la búsqueda de la verdad y en la construcción del bien" (Pág. 1)*
- FR18-4 *"Hoy, en un contexto de comunicación cada vez más veloz e inmersos dentro de un sistema digital, asistimos al fenómeno de las noticias falsas, las llamadas «fake news». (...)prevenir la difusión de las noticias falsas, y para redescubrir el valor de la profesión periodística y la responsabilidad personal de cada uno en la comunicación de la verdad" (Pág. 1)*
- FR18-5 *"La desinformación difundida online o en los medios de comunicación tradicionales son informaciones infundadas, basadas en datos inexistentes o distorsionados, que tienen como finalidad engañar o incluso manipular al lector para alcanzar determinados objetivos, influenciar las decisiones políticas u obtener ganancias económicas" (Pág. 1 y 2)*
- FR18-6 *"La eficacia de las fake news se debe, en primer lugar, a su naturaleza mimética, es decir, a su capacidad de aparecer como plausibles. En segundo lugar son capciosas, en el sentido de que son hábiles para capturar la atención de los destinatarios poniendo el acento en estereotipos y prejuicios extendidos dentro de un tejido social, y se apoyan en emociones fáciles de suscitar, como el ansia, el desprecio, la rabia y la frustración. Su difusión puede contar con el uso manipulador de las redes sociales y de las lógicas que garantizan su funcionamiento." (Pág. 2)*
- FR18-7 *"La dificultad para desenmascarar y erradicar las fake news se debe asimismo al hecho de que las personas a menudo interactúan dentro de ambientes digitales homogéneos e impermeables a perspectivas y opiniones divergentes. El resultado de esta lógica de la desinformación es que, en lugar de realizar una sana comparación con otras fuentes de información, lo que podría poner en discusión positivamente los prejuicios y abrir un diálogo constructivo, se corre el riesgo de convertirse en actores involuntarios de la difusión de opiniones sectarias e infundadas. El drama de la desinformación es el desacreditar al otro, el presentarlo como enemigo, hasta llegar a la demonización que favorece los conflictos. Las noticias falsas revelan así la presencia de actitudes intolerantes e hipersensibles al mismo tiempo, con el único resultado de extender el peligro de la arrogancia y el odio." (Pág. 2)*
- FR18-8 *"La prevención y la identificación de los mecanismos de la desinformación requieren también un discernimiento atento y profundo" (Pág. 2)*
- FR18-9 *"Incluso una distorsión de la verdad aparentemente leve puede tener efectos peligrosos." (Pág. 3)*
- FR18-10 *"Para discernir la verdad es preciso distinguir lo que favorece la comunión y promueve el bien, y lo que, por el contrario, tiende a aislar, dividir y contraponer. La verdad (...)brota de relaciones libres entre las personas, en la escucha recíproca." (Pág. 4)*
- FR18-11 *"Una argumentación impecable puede apoyarse sobre hechos innegables, pero si se utiliza para herir a otro y desacreditarlo a los ojos de los demás, por más que parezca justa, no contiene en sí la verdad. Por sus frutos podemos distinguir la verdad de los*

enunciados: si suscitan polémica, fomentan divisiones, infunden resignación; o si, por el contrario, llevan a la reflexión consciente y madura, al diálogo constructivo, a una laboriosidad provechosa." (Pág. 3 y 4)

- FR18-12 *"El mejor antídoto contra las falsedades no son las estrategias, sino las personas, personas que, libres de la codicia, están dispuestas a escuchar, y permiten que la verdad emerja a través de la fatiga de un diálogo sincero; personas que, atraídas por el bien, se responsabilizan en el uso del lenguaje. Si el camino para evitar la expansión de la desinformación es la responsabilidad, quien tiene un compromiso especial es el que por su oficio tiene la responsabilidad de informar, es decir: el periodista, custodio de las noticias." (Pág. 5)*
- FR18-13 *"Informar es formar, es involucrarse en la vida de las personas. Por eso la verificación de las fuentes y la custodia de la comunicación son verdaderos y propios procesos de desarrollo del bien que generan confianza y abren caminos de comunión y de paz." (Pág. 5)*
- FR18-14 *"Llamamiento a promover un periodismo de paz, sin entender con esta expresión un periodismo «buenista» que niegue la existencia de problemas graves y asuma tonos empalagosos." "Un periodismo sin fingimientos, hostil a las falsedades, a eslóganes efectistas y a declaraciones altisonantes; un periodismo hecho por personas para personas, y que se comprende como servicio a todos, especialmente a aquellos –y son la mayoría en el mundo– que no tienen voz; un periodismo que no queme las noticias, sino que se esfuerce en buscar las causas reales de los conflictos, para favorecer la comprensión de sus raíces y su superación a través de la puesta en marcha de procesos virtuosos; un periodismo empeñado en indicar soluciones alternativas a la escalada del clamor y de la violencia verbal." (Pág. 5)*
- FR19-1 *"Internet representa una posibilidad extraordinaria de acceso al saber; pero también es cierto que se ha manifestado como uno de los lugares más expuestos a la desinformación y a la distorsión consciente y planificada de los hechos y de las relaciones interpersonales, que a menudo asumen la forma del descrédito." (Pág. 1)*
- FR19-2 *"Las redes sociales sirven para que estemos más en contacto, nos encontremos y ayudemos los unos a los otros; pero por otro, se prestan también a un uso manipulador de los datos personales con la finalidad de obtener ventajas políticas y económicas, sin el respeto debido a la persona y a sus derechos." (Pág. 1)*
- FR19-3 *"La comunidad como red solidaria precisa de la escucha recíproca y del diálogo basado en el uso responsable del lenguaje." (Pág. 2)*
- FR19-4 *"En el mejor de los casos, las comunidades de las redes sociales consiguen dar prueba de cohesión y solidaridad; pero a menudo se quedan solamente en agregaciones de individuos que se agrupan en torno a intereses o temas caracterizados por vínculos débiles." (pág. 2)*
- FR19-5 *"La red constituye una ocasión para favorecer el encuentro con los demás, pero puede también potenciar nuestro autoaislamiento, como una telaraña que atrapa." (Pág. 2)*

- FR19-6 *"El ser miembros unos de otros es la motivación profunda con la que el Apóstol exhorta a abandonar la mentira y a decir la verdad: la obligación de custodiar la verdad nace de la exigencia de no desmentir la recíproca relación de comunión. De hecho, la verdad se revela en la comunión." (Pág. 3)*
- FR19-7 *"Soy verdaderamente humano, verdaderamente persona, solamente si me relaciono con los demás. El término persona, de hecho, denota al ser humano como 'rostro' dirigido hacia el otro, que interactúa con los demás." (Pág. 4)*
- FR19-8 *"El uso de las redes sociales es complementario al encuentro en carne y hueso, que se da a través del cuerpo, el corazón, los ojos, la mirada, la respiración del otro. Si se usa la red como prolongación o como espera de ese encuentro, entonces no se traiciona a sí misma y sigue siendo un recurso para la comunión." (Pág. 4)*
- FR19-9 *"Abriendo el camino al diálogo, al encuentro, a la sonrisa, a la caricia (...) Esta es la red que queremos. Una red hecha no para atrapar, sino para liberar, para custodiar una comunión de personas libres." (Pág. 4)*
- FR20-1 *"Para no perdernos necesitamos respirar la verdad de las buenas historias: historias que construyan, no que destruyan; historias que ayuden a reencontrar las raíces y la fuerza para avanzar juntos. (...) Necesitamos una narración humana, que nos hable de nosotros y de la belleza que poseemos." (Pág. 1)*
- FR20-2 *"El hombre (..) es el único ser que necesita "revestirse" de historias para custodiar su propia vida. (...) Tejemos relatos." (Pág. 1)*
- FR20-3 *"No todas las historias son buenas: Cuántas historias nos narcotizan, convenciéndonos de que necesitamos continuamente tener, poseer, consumir para ser felices. (...) Nos damos cuenta de cómo nos volvemos ávidos de chismes y de habladurías, de cuánta violencia y falsedad consumimos. A menudo, en los telares de la comunicación, en lugar de relatos constructivos, que son un aglutinante de los lazos sociales y del tejido cultural, se fabrican historias destructivas y provocadoras, que desgastan y rompen los hilos frágiles de la convivencia. Recopilando información no contrastada, repitiendo discursos triviales y falsamente persuasivos, hostigando con proclamas de odio, no se teje la historia humana, sino que se despoja al hombre de la dignidad." (Pág. 2)*
- FR20-4 *"Pero mientras que las historias utilizadas con fines instrumentales y de poder tienen una vida breve, una buena historia es capaz de trascender los límites del espacio y del tiempo. A distancia de siglos sigue siendo actual, porque alimenta la vida. (Pág. 2)*
- FR20-5 *"Historias que saquen a la luz la verdad de lo que somos, incluso en la heroicidad ignorada de la vida cotidiana." (Pág. 2)*
- FR20-6 *"No hay historias humanas insignificantes o pequeñas. (Pág. 3)*
- FR21-1 *"Es necesario salir de la cómoda presunción del "como es ya sabido" y ponerse en marcha, ir a ver, estar con las personas, escucharlas, recoger las sugerencias de la realidad, que siempre nos sorprenderá en cualquier aspecto." (Pág. 1)*

- FR21-2 *"ir y ver, como sugerencia para toda expresión comunicativa que quiera ser límpida y honesta" (Pág. 1)*
- FR21-3 *"Opiniones atentas se lamentan desde hace tiempo del riesgo de un aplanamiento en los "periódicos fotocopia" o en los noticieros de radio y televisión y páginas web que son sustancialmente iguales, donde el género de la investigación y del reportaje pierden espacio y calidad en beneficio de una información preconfeccionada, "de palacio", autorreferencial, que es cada vez menos capaz de interceptar la verdad de las cosas y la vida concreta de las personas, y ya no sabe recoger ni los fenómenos sociales más graves ni las energías positivas que emanan de las bases de la sociedad. La crisis del sector editorial puede llevar a una información construida en las redacciones, frente al ordenador, en los terminales de las agencias, en las redes sociales, sin salir nunca a la calle, sin "desgastar las suelas de los zapatos", sin encontrar a las personas para buscar historias o verificar de visu ciertas situaciones." (Pág. 1 y 2)*
- FR21-4 *"Comunica así: como un conocimiento directo, nacido de la experiencia, no de oídas" (Pág. 2)*
- FR21-5 *"El "ven y lo verás" es el método más sencillo para conocer una realidad. Es la verificación más honesta de todo anuncio, porque para conocer es necesario encontrar, permitir que aquel que tengo de frente me hable, dejar que su testimonio me alcance." (Pág. 2)*
- FR21-6 *"También el periodismo, como relato de la realidad, requiere la capacidad de ir allá donde nadie va: un movimiento y un deseo de ver. Una curiosidad, una apertura, una pasión. Gracias a la valentía y al compromiso de tantos profesionales —periodistas, camarógrafos, montadores, directores que a menudo trabajan corriendo grandes riesgos— hoy conocemos, por ejemplo, las difíciles condiciones de las minorías perseguidas en varias partes del mundo; los innumerables abusos e injusticias contra los pobres y contra la creación que se han denunciado; las muchas guerras olvidadas que se han contado. Sería una pérdida no sólo para la información, sino para toda la sociedad y para la democracia si estas voces desaparecieran: un empobrecimiento para nuestra humanidad." (Pág. 2)*
- FR21-7 *Numerosas realidades del planeta, más aún en este tiempo de pandemia, dirigen al mundo de la comunicación la invitación a "ir y ver". Existe el riesgo de contar la pandemia, y cada crisis, sólo desde los ojos del mundo más rico, de tener una "doble contabilidad". Pensemos en la cuestión de las vacunas, como en los cuidados médicos en general, en el riesgo de exclusión de las poblaciones más indigentes. ¿Quién nos hablará de la espera de curación en los pueblos más pobres de Asia, de América Latina y de África? Así, las diferencias sociales y económicas a nivel planetario corren el riesgo de marcar el orden de la distribución de las vacunas contra el COVID. Con los pobres siempre como los últimos y el derecho a la salud para todos, afirmado como un principio, vaciado de su valor real. Pero también en el mundo de los más afortunados el drama social de las familias que han caído rápidamente en la pobreza queda en gran parte escondido: hieren y no son noticia las personas que, venciendo a*

la vergüenza, hacen cola delante de los centros de Cáritas para recibir un paquete de alimentos. (Pág. 2-3)

- FR21-8 *"Es un instrumento formidable, que nos responsabiliza a todos como usuarios y como consumidores. Potencialmente todos podemos convertirnos en testigos de eventos que de otra forma los medios tradicionales pasarían por alto, dar nuestra contribución civil, hacer que emerjan más historias, también positivas. Gracias a la red tenemos la posibilidad de relatar lo que vemos, lo que sucede frente a nuestros ojos, de compartir testimonios." (Pág. 3)*
- FR21-9 *"Ya se han vuelto evidentes para todos también los riesgos de una comunicación social carente de controles." (Pág. 3)*
- FR21-10 *"Esta conciencia crítica empuja no a demonizar el instrumento, sino a una mayor capacidad de discernimiento y a un sentido de la responsabilidad más maduro, tanto cuando se difunden, como cuando se reciben los contenidos. Todos somos responsables de la comunicación que hacemos, de las informaciones que damos, del control que juntos podemos ejercer sobre las noticias falsas, desenmascarándolas. Todos estamos llamados a ser testigos de la verdad: a ir, ver y compartir." (Pág. 3)*
- FR21-11 *"En la comunicación, nada puede sustituir completamente el hecho de ver en persona. Algunas cosas se pueden aprender sólo con la experiencia. No se comunica, de hecho, solamente con las palabras, sino con los ojos, con el tono de la voz, con los gestos." (Pág. 3)*
- FR22-1 *"Centrar la atención sobre otro verbo, "escuchar", decisivo en la gramática de la comunicación y condición para un diálogo auténtico. (...) Al mismo tiempo, la escucha está experimentando un nuevo e importante desarrollo en el campo comunicativo e informativo, a través de las diversas ofertas de podcast y chat audio, lo que confirma que escuchar sigue siendo esencial para la comunicación humana." (Pág. 1)*
- FR22-2 *"El negarse a escuchar termina a menudo por convertirse en agresividad hacia el otro" (Pág. 2)*
- FR22-3 *"Lo que hace la comunicación buena y plenamente humana es precisamente la escucha de quien tenemos delante, cara a cara, la escucha del otro a quien nos acercamos con apertura leal, confiada y honesta" (Pág. 3)*
- FR22-4 *"La buena comunicación, en cambio, no trata de impresionar al público con un comentario ingenioso dirigido a ridiculizar al interlocutor, sino que presta atención a las razones del otro y trata de hacer que se comprenda la complejidad de la realidad" (Pág. 3)*
- FR22-5 *"En la verdadera comunicación, en cambio, tanto el tú como el yo están "en salida", tienden el uno hacia el otro"(Pág. 3)*
- FR22-6 *"Es preciso disponer el oído y escuchar en profundidad, especialmente el malestar social acrecentado por la disminución o el cese de muchas actividades económicas" (Pág. 4)*

- FR22-7 *"Para vencer los prejuicios sobre los migrantes y ablandar la dureza de nuestros corazones, sería necesario tratar de escuchar sus historias, dar un nombre y una historia a cada uno de ellos" (Pág. 4)*
- FR23-1 *"Es el corazón el que nos mueve a una comunicación abierta y acogedora. (...) la dinámica del diálogo y el intercambio, que es precisamente la de comunicar cordialmente. (...) Esto lleva a quien escucha a sintonizarse en la misma longitud de onda, hasta el punto de que se llega a sentir en el propio corazón el latido del otro. Entonces se hace posible el milagro del encuentro, que nos permite mirarnos los unos a los otros con compasión, acogiendo con respeto las fragilidades de cada uno, en lugar de juzgar de oídas y sembrar discordia y divisiones." (Pág. 1)*
- FR23-2 *"La llamada a hablar con el corazón interpela radicalmente nuestro tiempo, tan propenso a la indiferencia y a la indignación, a veces sobre la base de la desinformación, que falsifica e instrumentaliza la verdad." (Pág. 2)*
- FR23-3 *"Comunicar cordialmente quiere decir que quien nos lee o nos escucha capta nuestra participación en las alegrías y los miedos, en las esperanzas y en los sufrimientos de las mujeres y los hombres de nuestro tiempo. Quien habla así quiere bien al otro, porque se preocupa por él y custodia su libertad sin violarla."(Pág. 2)*
- FR23-4 *"El compromiso por una comunicación "con el corazón y con los brazos abiertos" no concierne exclusivamente a los profesionales de la información, sino que es responsabilidad de cada uno. Todos estamos llamados a buscar y a decir la verdad, y a hacerlo con caridad."(Pág. 2)*
- FR23-5 *"Necesitamos en el ámbito de los medios para que la comunicación no fomente el rencor que exaspera, genera rabia y lleva al enfrentamiento, sino que ayude a las personas a reflexionar con calma, a descifrar, con espíritu crítico y siempre respetuoso, la realidad en la que viven."(Pág. 2)*
- FR23-6 *"En la Iglesia necesitamos urgentemente una comunicación que encienda los corazones, que sea bálsamo sobre las heridas e ilumine el camino de los hermanos y de las hermanas. (...) Una comunicación cuyas bases sean la humildad en el escuchar y la parresia en el hablar; que no separe nunca la verdad de la caridad." (Pág. 4)*
- FR23-7 *"En el dramático contexto del conflicto global que estamos viviendo, es urgente afirmar una comunicación no hostil. Es necesario vencer «la costumbre de desacreditar rápidamente al adversario aplicándole epítetos humillantes, en lugar de enfrentar un diálogo abierto y respetuoso» Necesitamos comunicadores dispuestos a dialogar, comprometidos a favorecer un desarme integral y que se esfuercen por dismantelar la psicosis bélica que se anida en nuestros corazones; (...) comunicadores no ensimismados, sino audaces y creativos, dispuestos a arriesgarse para hallar un terreno común donde encontrarse. (Pág. 4)*
-