

## El Papa Francisco y su perfil comunicativo: La alegría de comunicar para una cultura del encuentro

Jesús María Aguirre s.j.<sup>1</sup>  
*Jesumariaaguirre@gmail.com*  
Universidad Católica Andrés Bello

### Resumen

En la conferencia dictada en 1ª Asamblea de la Pastoral de Comunicación en la Arquidiócesis de Caracas, celebrada en la Parroquia San José de El Ávila el 30 de junio de 2023, el expositor condensa las características comunicativas del Papa Francisco, como líder religioso, desde su ascensión en 2013 al pontificado. En el marco del Estado Vaticano y del contexto de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación dispone su exposición en tres apartados: primero resume el estado actual de las infraestructuras de la información y comunicación de la Santa Sede, después describe las estrategias vaticanas en el campo de las Redes Sociales, y por fin analiza los rasgos semióticos propios del Papa Francisco en sus mensajes.

**Palabras clave:** Papa Francisco, Líder Religioso, Vaticano, Santa Sede, Comunicación no verbal, Tic, Redes sociales, Medios de comunicación, Arquidiócesis de Caracas, Pastoral de la comunicación

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Central de Venezuela. Profesor Titular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Licenciado en Filosofía, Teología y Comunicación Social. Cofundador de la Revista Comunicación (UCAB). Exdirector de la revista SIC (2003-2006).

## **Papa Francisco and his communicative profile: The joy of communicating for a culture of encounter**

### **Abstract**

In the conference given at the 1st Assembly of the Pastoral of Communication in the Archdiocese of Caracas, held in the Parish of San José de El Ávila on June 30, 2023, the speaker condenses the communicative characteristics of Pope Francis, as a religious leader, since his ascension in 2013 to the pontificate. Within the framework of the Vatican State and the context of new information and communication technologies, it has its presentation in three sections: first it summarizes the current state of the information and communication infrastructures of the Holy See, then it describes the Vatican strategies in the field of Social Networks, and finally it analyzes the semiotic features of Pope Francis in his messages.

**Keywords:** Papa Francisco, Religious Leader, Vatican, Holy See, Non-verbal communication, ICT, Social networks, Media, Archdiocese of Caracas, Pastoral communication

## Índice

<b>1. Estructura comunicacional de la Santa Sede: en la trama vaticana</b> .....	286-287
<b>2. El Papa Francisco y las Redes Sociales: el navegante transmedia</b> .....	288-291
<b>3. El perfil comunicativo del Papa Francisco: autenticidad expresiva</b> .....	292
<i>a. Aspectos lingüísticos y paralingüísticos: tono emocional</i> .....	293
<i>b. Aspectos proxémicos: distancia y cercanía</i> .....	294
<i>c. Aspectos kinésicos: gestos y movimientos corporales</i> .....	295
<b>4. Referencias Bibliohemerográficas</b> .....	296
<i>a. Enlaces electrónicos</i> .....	297
<i>b. Repositorio Audiovisual</i> .....	297-298

## **PUNTO PREVIO**

Cuenta el vaticanista Juan Vicente Boo que un cardenal español al definir sintéticamente al papa saliente Benedicto XVI lo plasmó como “doctor de la Iglesia” y al entrante como “un enamorado”, pero las entrañas de las comunicaciones de la Santa Sede no son reducibles a un atributo y, a menudo las circunstancias se imponen sobre la persona. Por esto, un punto previo.

Al evaluar la acción comunicativa de un personaje público, sea civil o religioso, generalmente nos fijamos en sus características individuales y las comparamos con las de otros, pero a un analista de la comunicación social o a un asesor de comunicaciones institucionales, no se le deben escapar otras dimensiones del encuadramiento en que se despliegan sus intervenciones. Voy a explorar tres de ellas: 1. La estructura comunicacional de la Santa Sede; 2. El Papa Francisco y las Redes Sociales; 3. El perfil comunicativo del Papa Francisco.

Dejo de lado otros aspectos sobre los que nos preguntamos como son la influencia del personaje o la incidencia de los mensajes, pero en ello intervienen otros múltiples factores como la circunstancia, es decir el tiempo y lugar de los mensajes, la adecuación lingüística y cultural a los públicos, la puesta escenográfica, el grado de interactividad con los usuarios, y, en fin, la acción de otros medios complementarios o contrarios que influyen en la percepción de los destinatarios.

## **1. Estructura comunicacional de la Santa Sede: en la trama vaticana**

Comencemos por describir las plataformas tecnológicas de las que dispone el Papa en el Vaticano para hacernos una idea del lugar de donde emite habitualmente y de los recursos mediáticos propios del Vaticano más a su alcance.

Históricamente, en la etapa ya moderna, el Vaticano contó con el órgano de prensa L'Osservatore Romano, la Librería Editora Vaticana y Radio Vaticana. Después del Concilio Vaticano II (1962-1965) se creó el Pontificio Consejo de Comunicaciones Sociales, y, sobre todo se rehabilitó la Oficina de Prensa para sostener un enlace estable de relaciones con la prensa y los demás medios modernos de comunicación. Esta oficina era dirigida por clérigos, no precisamente especializados en el rol, hasta el nombramiento en 1984 de Joaquín Navarro Valls, quien a su profesión médica, añadía una larga experiencia en los medios, y además había sido presidente de la Asociación de la Prensa Extranjera en Italia (Navarro-Valls, 2010)<sup>2</sup>.

La conexión estrecha entre el nuevo inquilino de la Oficina de Prensa y Juan Pablo II, desató la primera oleada de cambios respecto a la creación de los primeros medios digitales en Internet como News.va, la recién fundada Vatican.Media, cadena de televisión pública, y la aceleración de los ciclos noticiosos de ritmo diario a la información continua, actualizada en tiempo real. Desaparecido Juan Pablo II, se rompe el vínculo estrecho del exitoso dúo comunicativo, y Benedicto XVI recompone la estructura del dicasterio de forma más burocrática, pasando la jefatura de prensa al jesuita P. Federico Lombardi, pero ya no como “portavoz del Papa”. (Lombardi, 2021)<sup>3</sup>.

Con el Motu Proprio «El actual contexto de la comunicación», del 27 de junio de 2015, se creó el Dicasterio para la Comunicación, que coordina las siguientes unidades: Centro Televisivo Vaticano, Librería Editora Vaticana, L'Osservatore Romano, Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Radio Vaticana, Oficina de Prensa de la Santa Sede, Servicio Fotográfico, Servicio Internet Vaticano, Tipografía Vaticana.

---

<sup>2</sup> Navarro-Valls, Joaquín (2010) *Recuerdos y reflexiones*, Plaza Janés, Barcelona

<sup>3</sup> Lombardi, Federico (2021) *Papà, Vaticano, comunicazione*. Ancora / La Civiltà Cattolica. Milano, Italia.

Jesús María Aguirre s.j.

Actualmente Andrea Tornielli es el Director Editorial del Dicasterio para la Comunicación y, por tanto, responsable de coordinar los medios del Vaticano. De ahí parten las directrices para el resto de los departamentos de difusión (Rodari, Paolo y Tornielli, Andrea, 2011)<sup>4</sup>.

Por otra parte, de acuerdo con la Secretaría de Estado, el nuevo Dicasterio asume el sitio web institucional de la Santa Sede: [www.vatican.va](http://www.vatican.va) y el servicio Twitter del Sumo Pontífice: @pontifex. A su vez News.va y la Agencia Fides dependen de la Congregación para la Evangelización de los Pueblos.

---

<sup>4</sup> Rodari, Paolo y Tornielli, Andrea (2011) *En defensa del Papa*, Ediciones Planeta, Madrid.

## **2. El Papa Francisco y las Redes Sociales: el navegante transmedia**

No conozco en la historia contemporánea un Papa que sea experto en comunicación, a lo más recibieron los cursos de retórica en los seminarios o hicieron algunos talleres sobre los medios de comunicación. Probablemente, San Juan Pablo II fue el que accedió al papado con mayor experiencia por sus actividades teatrales en la Polonia natal, y es quien hasta ahora se ha destacado más en el uso de los medios de difusión masiva –radio, televisión, cine– y ha explotado más su voz y fotogenia así como su dominio de múltiples lenguas. De hecho fue Juan Pablo II quien inauguró el Centro Televisivo Vaticano (CTV) en 1983, pero sin mayor impacto. Si el Vaticano fue uno de los primeros países del mundo en adoptar la radio con Marconi, inventor de la radio, fue el último en incorporar un canal de televisión.

La incorporación de la WWW a partir de 1994 no logró el salto esperado, pues si bien la página Web del Vaticano ofrece un repositorio inmenso de documentos, no tiene la agilidad que demandan las funciones informativas, y todavía opera como si fuera la extensión de la Biblioteca Vaticana o la sala de emisión de documentos oficiales. La aceleración de los ritmos de comunicación, impulsados por Internet colide con la lentitud burocrática de una institución milenaria, que reacciona tardíamente ante los acontecimientos mundiales.

Hay que tener en cuenta que hace un cuarto de siglo el ciclo informativo de los medios tradicionales rondaba por las 24 horas, marcado por los noticieros nocturnos. Hoy no se conciben unos canales de comunicación sin capacidad de actualizar sus emisiones o reaccionar ante noticias falsas en tiempo real.

De ahí la importancia de los asesores comunicacionales para orientar las estrategias de acción comunicativa y aconsejar en las intervenciones casi diarias del Papa a través de las plataformas de las TIC, de cara, preferentemente, a unos 1300 millones de católicos del globo.

En este contexto cambiante la figura del vocero papal ante los medios de comunicación resulta clave, ya que el Papa cataliza el interés de los comunicadores y periodistas y es la principal fuente de información y opinión. Hay que reconocer a Joaquín Navarro-Valls su extraordinaria labor como portavoz de San Juan Pablo II en el auge de su pontificado, la incursión en las Redes

Jesús María Aguirre s.j.

Sociales y su disponibilidad durante los quince meses en esta etapa de transición a Benedicto XVI, quien consideró nombrar al jesuita Federico Lombardi, exdirector de Radio Vaticano y del Centro Televisivo Vaticano, como Jefe de Prensa, pero no como portavoz del Papa.

En el pontificado de Juan Pablo II se publicó ya el documento “Ética en Internet”, lo que muestra la conciencia eclesial del impacto de las TIC (Pontificio Consejo de las Comunicaciones: 2002), pero aún su uso por la Santa Sede era incipiente.

El contraste comunicacional entre San Juan Pablo II y Benedicto XVI fue drástico, y más aún cuando tras su dimisión entró en juego la figura de Francisco, pero la continuidad administrativa del aparato comunicacional, cuyo encargado todavía era el jesuita P. Federico Lombardi, morigeró las debilidades del periodo transitorio, perturbado además por el caso del Vatileaks. Se mantuvieron los viajes papales, los encuentros con la juventud y las nuevas generaciones, las entrevistas en palacio y en los vuelos aéreos, y se procuró abrir cada vez más la vía a las autopistas de la información.

La novedad estratégica mayor del pontificado de Francisco tiene un carácter bidimensional. Por una parte el Papa ha abierto enormemente la agenda temática de sus entrevistas y mensajes no solamente con los periodistas y profesionales, sino incluso con los jóvenes, abordando asuntos considerados tabúes para tratarlos públicamente, y además exponiéndose a preguntas imprevistas, y, por otra parte se ha dado un incremento exponencial del uso de las Redes Sociales hasta convertirse en la figura religiosa mundial con mayor liderazgo, en medio de las contradicciones existentes. Veamos someramente esa trayectoria progresiva.

La cuenta en Twitter @Pontifex fue abierta por Benedicto XVI en diciembre de 2012 y asumida por su sucesor, obteniendo un notable éxito, porque el Papa es siempre la figura de autoridad que cautiva más audiencias o capta más usuarios, independientemente de su carisma o personalidad. Luis Carlos Díaz, analista de Redes Sociales, explica la particularidad de esta cuenta en que se usa la imagen como avatar del obispo de Roma para el papa de turno, figura de



Jesús María Aguirre s.j.

autoridad (Díaz 2016: 10)<sup>5</sup>. Con Francisco, relativamente más joven y proactivo, en los dos años siguientes la cuenta subió a 320 millones.

Aunque tendemos a considerar las RRSS como dispositivos predominantemente icónicos, las diferencias idiomáticas siempre median la mayor o menor comprensibilidad o empatía cultural y derivadamente la amigabilidad de las mismas. Así, por ejemplo, en un corte de cuenta de 30 millones en Twitter, 8.8 millones fueron en inglés y 11.3 millones en español, y el resto en otras lenguas, como el italiano y el portugués. Si bien el inglés predomina en Internet, la identidad hispanohablante del Papa marca la diferencia a favor del castellano

Más tarde la obtención del perfil del Papa en Instagram, filial de la Red Social Facebook, fue una idea que se concretó tras la audiencia el 26 de febrero de 2016 con el pontífice de Kevin Systrom, el dueño y fundador de la red social de fotografías. Y en el mismo año el papa Francisco lanzó la iniciativa “el video del Papa”, con la que sube un video mensual con sus intenciones – motivos de oración a YouTube, y la aplicación “Click to pray”, disponible para celulares, en la que se emiten tres reflexiones por día para “ayudar a los jóvenes,” y a los no tan jóvenes, a rezar en comunión con el papa Francisco.

Si consideramos que Radio Vaticano hora, emite su programación en 40 lenguas y en sus estudios trabajan periodistas de hasta 60 países, podemos imaginar, por ejemplo, el impacto diseminativo de una app lanzada en el año 2020 en otros tantos idiomas para teléfonos inteligentes, tabletas y demás dispositivos.

Resulta obvio que más allá del acceso derivado de la cobertura de los medios y de las RRSS, su receptividad sea mayor en países latinoamericanos, en primer lugar Argentina, por ser su país de origen, pero su popularidad se extiende a otros países latinoamericanos. En el año 2023 el primer puesto del ranking de figuras más populares en un país como México viene ocupado por el Papa Francisco (62%), quien obtuvo un 25 por ciento más de menciones positivas que el presidente de Estados Unidos, Joe Biden; 35 por ciento más que el presidente de Ucrania, Volodímir Zelenski; y 43 por ciento más que el presidente de Rusia, Vladímir Putin. Ni

---

<sup>5</sup> Díaz, Luis Carlos (2016) “El Papa Francisco como fenómeno mediático”, en: *ITER, REVISTA DE TEOLOGÍA*, enero-abril, N°69, pp. 9-15, Caracas.

Jesús María Aguirre s.j.

la figura del boxeador mexicano Canelo con 61% de aprobación, ni la del futbolista argentino Messi con un 60 % le superan en el ranking.

Comparado con otras figuras religiosas como el Dalai Lama la diferencia en twitter a favor del Papa es muy significativa, pero estas valoraciones requieren un análisis más pormenorizado, pues su distribución es muy desigual en los diversos ámbitos socioculturales. (Angel Torres-Toukourmidis, Isidro Marín-Gutiérrez, and Javier Herrán Gómez: 2022)<sup>6</sup>.

Pero, como puede verse en el documento reciente “Hacia una presencia plena” (Dicasterio de Comunicación de la Santa Sede: 2023), una especie de guía católica para el uso de las Redes Sociales, la obsesión del Papa no está centrada ni en el volumen de mensajes, ni en la cantidad de seguidores, sino en la calidad de la comunicación que convoca a una “cultura del encuentro”.

---

<sup>6</sup> Angel Torres-Toukourmidis, Isidro Marín-Gutiérrez , and Javier Herrán Gómez (2022) [Semantic Analysis on Twitter of Two Religious' Leaders: @Pontifex and @DalaiLama — Universidad Politécnica Salesiana \(ups.edu.ec\)](#). Recuperado el 30 de junio de 2023.

### **3. El perfil comunicativo del Papa Francisco: autenticidad expresiva**

El análisis discursivo y lingüístico de los mensajes del Papa y su valor pastoral y magisterial en los múltiples registros en que se comunica, desbordan ampliamente el propósito de esta exploración, que se ciñe mayormente a la dimensión expresiva.

La experiencia comunicacional de Francisco parte de su prolongada formación jesuítica que incluye los cursos de redacción y estilo, y sobre todo de la retórica clásica para la oratoria sagrada, las homilías, conferencias, discursos, que se practicaban en las actividades litúrgicas, pastorales y docentes. En el ejercicio de sus cargos las autoridades de una congregación religiosa y los obispos diocesanos adquieren también en la práctica otras destrezas como la de participar en mensajes dirigidos a grandes multitudes (procesiones, ceremonias masivas...), e intervenir en medios masivos de organizaciones propias o ajenas, sin reducirse a los mensajes escritos y leídos.

Si consideramos la edad promedio de los cardenales y obispos de la Iglesia Católica en una estructura piramidal invertida en la que predomina la gerontocracia, podemos imaginar las dificultades del Papa para innovar el sistema de comunicaciones imperante no solamente en lo que se refiere a los recursos técnicos sino al estilo personal de expresión.

Desde que a mediados del siglo pasado el antropólogo Birdwhistell (1979) iii constatará que las dos terceras partes de la comunicación personal no se verbaliza, sino que se atiene a otras pautas de interacción de base multisensorial, y que ahora los medios audiovisuales y las RRSS hegemonizan la cultura, hay mayor conciencia de las múltiples dimensiones que entran en juego en las comunicaciones públicas (Birdwhistell, 1979<sup>7</sup>).

Las novedades mayores que han introducido el Papa Francisco y su equipo de comunicaciones en el mundo de las Redes Sociales en su relación pastoral con los fieles, tienen que ver con el uso transmedia de los mensajes y la potenciación del estilo personalizador de las

---

<sup>7</sup> Birdwhistell, Ray (1979) *El lenguaje de la expresión corporal*, Gustavo Gili, Barcelona.

Jesús María Aguirre s.j.

interacciones. Lo primero es más atribuible a las estrategias del equipo de comunicaciones, mientras que lo segundo parte de su estilo de liderazgo (Lowney, 2013)<sup>8</sup>.

Hay, pues, una doble orquestación, la de los recursos técnicos y plataformas que dependen sobre todo del equipo de comunicaciones, y la del mismo Papa Francisco y su modo personal de interactuar a nivel personal, grupal o asambleario, en los diversos “setting” o emplazamientos presenciales o mediáticos.

Al preguntarle al P. Federico Lombardi, exvocero de la Santa Sede, que colaboró en distintos departamentos de medios con los tres últimos papas, y especialmente con Benedicto XVI, sobre la incidencia del Papa Francisco, en las comunicaciones del Vaticano, respondió:

El estilo de comunicación del Papa Francisco es muy distinto al de Benedicto. Con Benedicto había una comunicación muy rica en contenidos, muy profundos y teológicos. Francisco tiene un carisma muy especial de expresión concreta y directa, de cercanía con el mundo de hoy y con las personas. Es una comunicación más concreta y directa, y con sintonía profunda entre el pueblo y el Papa Francisco.” (El Mundo, 2016)<sup>9</sup>.

Y en su último libro de reflexiones sobre las comunicaciones de Francisco destaca que al papa Bergoglio no le tutelan los pasos, ni los encuentros, ni las audiencias, y eso permite una autenticidad genuina en su forma de expresión (Lombardi, 2021)<sup>10</sup>.

En una aproximación más analítica sobre su estilo personal de comunicarse, en que destacan, a mi juicio, las funciones expresiva y fática o de contacto (Jakobson 1984), voy a tratar de describir los tres registros principales: el lingüístico-paralingüístico, el proxémico y el kinésico.

#### *a. Aspectos lingüísticos y paralingüísticos: tono emocional*

---

<sup>8</sup> Lowney, Chris (2013) *Pope Francis. Why Leads the Way he leads*. Loyola Press.

<sup>9</sup> El Mundo: <https://www.elmundo.es/sociedad/2016/10/04/57f10e3e46163fe26e8b463f.html>. Recuperado el 30 de junio de 2023.

<sup>10</sup> Lombardi, Federico (2021) *Papi, Vaticano, comunicazione*. Ancora / La Civiltà Cattolica. Milano, Italia

Jesús María Aguirre s.j.

Dejando ahora de lado las estrategias del equipo técnico sobre cuyas plataformas hemos hablado en el apartado anterior, merece la pena considerar que Francisco encarna el mensaje con una cercanía vital, con un lenguaje directo y situado, con expresiones de la vida cotidiana y referencias a emplazamientos concretos de la experiencia común. En la lengua castellana que habla son comunes el voseo, el tono y los modismos argentinos. A menudo se libera de los textos prefijados –o embargados para los medios– para improvisar con espontaneidad según el interlocutor del momento presente de la alocución. Es decir, refuerza la función referencial con elementos fático- emotivos y con gestos de contacto y tono conversacional, lanzándose a intervenciones informales que connotan confianza.

Aun en los discursos públicos, adopta un estilo dialógico de quien sale al encuentro o se hace el encontradizo, incluyendo hasta preguntas no retóricas. Así privilegia los gestos que resaltan la dimensión actitudinal personalizadora. Es lo que Carl Rogers, psicoterapeuta, definía como la relación calurosa o cariñosa, clave de la empatía, pasando del discurso evaluativo o conminativo al comprensivo (Rogers, 1961)<sup>11</sup>.

*b. Aspectos proxémicos: distancia y cercanía*

La eliminación de estrados, tronos, escalones, vallas y otros dispositivos que marcan asimetrías jerárquicas y sociales favorece la simbólica de horizontalidad, hermanamiento y confianza. Como recuerda Juan Vicente Boo algunas de estas escenografías eran vestigios del imperio austrohúngaro y hasta los protocolos estaban inspirados por los ritos de Versalles. (Boo, 2021)<sup>12</sup>.

Entre la silla gestatorial del pasado y el selfie con los fieles no solo hay un cambio de tecnologías, sino sobre todo una búsqueda de horizontalidad, que simboliza el espíritu de la encíclica *Fratelli Tutti*.

---

<sup>11</sup> Rogers, Carl (1961, 1ra. edición) *El proceso de convertirse en persona*, Ed. Paidós.

<sup>12</sup> Boo, Juan Vicente (2021) *Descifrando el Vaticano. Desde dentro y desde fuera*. Espasa. Editorial Planeta. Barcelona.

Jesús María Aguirre s.j.

Obviamente, su función de jefe del Estado Vaticano le fuerza a tener que adoptar modales diplomáticos y protocolares estandarizados en ciertos escenarios, pero, en general, trata de eludirlos, privilegiando el estilo pastoral amigable, sea en el momento de entrada o de salida.

Al relacionarse y tratar con las personas acorta o elimina las distancias espaciales, que connotan discriminación, y asume posturas suscitadoras de sentimiento de dignificación del otro, trátase de representantes de otras iglesias o religiones, o de personas llanas, infantes o paranormales.

*c. Aspectos kinésicos: gestos y movimientos corporales*

La kinésica de Francisco se centra sobre todo en la mirada con sonrisa acogedora, a veces acompañada de otros movimientos corporales desde el beso al abrazo.

Adopta posturas respetuosas, de inclinación de cabeza y/o tronco, hasta llegar a arrodillarse ante presos, ancianos o inválidos.

Su estilo relacional nos evoca la escena evangélica del encuentro de Jesús con Mateo, (9, 9-13) y que está condensada en el lema de su escudo: 'Miserando atque eligendo' ('Lo miró con misericordia y lo eligió').

En último término la meta de todo anuncio cristiano, que es conducir al encuentro y a la comunión, atraviesa sus acciones comunicativas, y su permanente buen humor con un rostro alegre y poco ceñudo, impregna de alegría la Buena Nueva en consonancia con la “*Evangelii Gaudium*”, encíclica matriz de su pontificado.

#### **4. Referencias Bibliohemerográficas**

Aguirre, Jesús María (2016) “Signos y símbolos del pontificado del Papa Francisco (Trienio 2013-2016)” en: ITER, REVISTA DE TEOLOGÍA, enero-abril, N°69, pp. 145-157, Caracas.

Birdwhistell , Ray (1979 ) *El lenguaje de la expresión corporal*, Gustavo Gili, Barcelona.

\_\_\_\_\_ <https://www.infoamerica.org/teoria/birdwhistell1.htm>

Boo, Juan Vicente (2021) *Descifrando el Vaticano. Desde dentro y desde fuera*. Espasa. Editorial Planeta. Barcelona.

Cestero, Ana M. (2018) “Recursos no verbales en comunicación persuasiva: gestos”, en ZER. Revista de Estudios e Comunicación, vol. 23, núm. 44, pp. 69-92. Universidad del País Vasco, Bilbao.

Dicasterio para la Comunicación (2023) *Hacia una plena presencia*. [https://www.vatican.va/roman\\_curia/dpc/documents/20230528\\_dpc-verso-piena-presenza\\_es.html](https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_es.html)

Díaz, Luis Carlos (2016) “El Papa Francisco como fenómeno mediático”, en: ITER, REVISTA DE TEOLOGÍA, enero-abril, N°69, pp. 9-15, Caracas.

Jakobson, Roman (1984) *Ensayos de lingüística general*. Editorial Ariel.

Lowney, Chris (2013) *Pope Francis. Why Leads the Way he leads*. Loyola Press.

Lombardi, Federico (2021) *Papi, Vaticano, comunicazione. Ancora / La Civiltà Cattolica*. Milano, Italia.

Navarro-Valls, Joaquín (2010) *Recuerdos y reflexiones*, Plaza Janés, Barcelona.

Jesús María Aguirre s.j.

Pontificio Consejo de las Comunicaciones (2002)  
[https://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_ethics-internet\\_sp.html](https://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_sp.html)

Poyatos, F. (1994) La comunicación no verbal. Paralenguaje, kinésica e interacción. Istmo. Madrid.

Rodari, Paolo y Tornielli, Andrea (2011) En defensa del Papa, Ediciones Planeta, Madrid.

Rogers, Carl (1961, 1ra. edición) El proceso de convertirse en persona, Ed. Paidós.

Rulicky, S. y Chernym N. (2011) Comunicación no verbal. Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos. Granica, Buenos Aires.

Toth, T., Farkas, J.: (2022) “The terminologies of two religious leaders rhetoric about communities in pope Francis’and Dalai Lama’s tweets”. Eur. J. Sci. Theol. 15(5), 159–178

*a. Enlaces electrónicos*

Angel Torres-Toukourmidis, Isidro Marín-Gutiérrez , and Javier Herrán Gómez (2022) Semantic Analysis on Twitter of Two Religious’ Leaders: @Pontifex and @DalaiLama — Universidad Politécnica Salesiana (ups.edu.ec)

<https://www.vaticannews.va/es/vaticano/news/2020-05/app-radio-vaticana-renueva-disposicion-usuario-todos-idiomas.html>

<https://reportecatolicaico.com/2023/02/09/el-papa-francisco-es-la-figura-mas-popular-en-mexico-superando-a-deportistas-y-politicos/>

<https://www.elmundo.es/sociedad/2016/10/04/57f10e3e46163fe26e8b463f.html>

*b. Repositorio Audiovisual*



Jesús María Aguirre s.j.

Documentales de TV-youtube en castellano:

Papa Francisco, 10 años: Cadena 3. Argentina 48 minutos 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=GdoBUHyVn88>

El Papa de todos: 54 minutos. 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=GOyxo2sRCoE>

Francisco, el padre Jorge: RTVE. 2021

<https://www.rtve.es/play/videos/somos-cine/francisco-padre-jorge/5630593/>

Francisco responde: encuentro con los jóvenes

<https://www.youtube.com/watch?v=81UuKX5VGcY>

Filmes, biopics o películas de ficción:

<https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/03/13/8-anos-del-papa-francisco-las-5-peliculas-imprescindibles-sobre-su-vida/>

Francesco, dirigido por Evgeny Afineevsky : coproducción USA y República Checa , 116 minutos, 2020

Los dos papas, film dirigido por Fernando Meirelles, Netflix, 210 minutos, 2019

<https://www.filmaffinity.com/es/film691766.html>

El Papa Francisco: un hombre de palabra, dirigido por Win Winders, Coproducción Suiza-Italia-Alemania-Francia; Vatican Television Centre, 96 minutos, 2018

---