



**LA TRANSMISIÓN DE DOCTRINAS RELIGIOSAS A TRAVÉS DE  
CONTENIDOS MÓVILES DIGITALES: MEDIOLÓGÍA EN EL CASO DE LAS  
APLICACIONES MÓVILES IMPLEMENTADAS POR LA IGLESIA CATÓLICA**

**Comunicación Digital, Redes y Procesos**

Mitzi González Hernández - Alejandra Úsuga Piedrahíta  
Fundación Universitaria Luis Amigó, sede Medellín-Colombia  
[mitzi\\_gh@hotmail.com](mailto:mitzi_gh@hotmail.com) - [alejausuga14@hotmail.com](mailto:alejausuga14@hotmail.com)

**Objetivos-Tema central a abordar**

La comunicación estudia la relación del hombre con la sociedad, cómo se adapta a los cambios, cómo se relaciona con el otro y cómo produce mensajes. La Internet ha transformado esta comunicación, la forma de producir y transmitir mensajes; ya no es el tradicional modelo de emisor-mensaje-receptor, ahora el receptor se convierte en prosumidor (consumidor y productor de contenidos, término atribuido a Alvin Toffler); este cambio de receptor pasivo a activo hace que los medios, organizaciones e instituciones eclesiales y en general, transformen la manera en que se comunican.

El usuario tiene poder de decisión sobre los mensajes que llegan a él, por este motivo la Iglesia Católica reestructura sus mensajes, los hace más atractivos e



incluyentes, utiliza nuevas plataformas; en este caso aplicaciones móviles que apoyan la tarea evangelizadora.

### **Metodología de abordaje**

Esta investigación se encuentra dentro de la línea de investigación, Comunicación-Educación y en la sublínea Comunicación, educación y ciberculturas de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad de la Fundación Universitaria Luis Amigó.

Es una investigación de diseño cualitativo, que tiene como método el estudio de caso. Las técnicas de generación y recolección de información son entrevistas semi-estructuradas a profesionales especializados en el tema y a usuarios católicos en Medellín de las distintas aplicaciones móviles que implementa la Iglesia Católica en su evangelización.

### **Resumen**

La religión Católica ha aprovechado los diferentes medios de comunicación para evangelizar (celebración eucarística, textos bíblicos, prensa, radio, televisión e Internet) canales que han funcionado para transmitir la doctrina católica, apostólica y romana a la humanidad, de manera que esta institución eclesial reestructura su proceso comunicativo de acuerdo con las realidades sociales de cada época, para identificar cómo pueden transmitir su mensaje a partir de esos cambios e innovaciones sociales.

Actualmente, comunicarse a través de internet y aplicaciones móviles, permite llegar a una multitud de personas; estas toman gran importancia en la cotidianidad del hombre y para la religión católica se convierten en un instrumento de



evangelización, debido a que funcionan como extensión que permite a los creyentes realizar diversas prácticas de fe, pues debido a esta implementación, los católicos de todo el mundo interesados en las tecnologías, pueden capacitarse, aprehender y profundizar en todo lo relacionado con esta doctrina religiosa.

## **Texto**

### **Comunicar el evangelio en la cultura digital**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han generado nuevas prácticas sociales y comunicativas. Al cambiar los modos de comunicación, también cambia la producción de contenidos, es decir, el lenguaje y demás aspectos que encierran nuevos usos, nuevos espacios y diferentes modos de hacer. Lo anterior es denominado precisamente como cibercultura. "Cibercultura es el conjunto de técnicas, de maneras de hacer, de maneras de ser, de valores, de representaciones que están relacionadas con la extensión del Ciberespacio...". (Lévy, pár. 1 1997, citado por Faura s.f.).

Estos nuevos auges tecnológicos modificaron la forma de comunicarnos, y ahora no sólo contamos con cuatro sistemas de comunicación (prensa, radio, televisión, teléfono), sino que existe un quinto sistema, la Internet, lo que es denominado como el ciberespacio, en el que es posible la combinación de los medios anteriores. "Internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios". (Hafner y Lyon, 27, 1996, citado por Piscitelli 2002).

De allí se puede afirmar que los procesos comunicativos se transforman de acuerdo al tiempo y el espacio; generando retos y cambios a los medios masivos



de comunicación y a cada individuo. Tomemos la definición que Éric Maigret (2005), concibe sobre la comunicación: “la comunicación es un fenómeno natural, cultural y creativo en orden de creciente importancia. Estos tres niveles de pertinencia corresponden a los niveles de implicación del hombre en el universo de los objetos, de las relaciones interindividuales y de los órdenes sociopolíticos”. (p.14).

La sociedad está en constante evolución y las personas cambian de acuerdo con los avances y sucesos actuales de cada época; parte de ese cambio se ve reflejado en sus formas y modos de comunicarse. Es por eso que la institución eclesial debe estar en permanente cambio en cuanto a la forma de comunicar el evangelio, teniendo en cuenta las nuevas tendencias socio-culturales que se presentan, tal como el padre Silvio Sassi (2012) explica:

...con la invención del lenguaje digital y la multitud de aplicaciones comunicativas a que ha dado vida y sigue dándola, la comunicación ya no es sólo el conjunto de los “medios de comunicación” ni la “cultura de masas” que los mismos pueden originar, sino que aplicándose al individuo y a la sociedad, la comunicación se hace un “estilo de ser”, un “modo de existir”, “un ambiente de vida”. Ya no es posible imaginar la vida y las actividades sociales sin todas las formas y los lenguajes de la comunicación. (p. 5).

Evangelizar, es anunciar a Cristo a todas las personas, para esta religión según la encíclica *Evangelii Nuntiandi*, escrita por Pablo VI, “evangelizar significa para la Iglesia llevar la Buena Nueva a todos los ambientes de la humanidad y, con su influjo, transformar desde dentro, renovar a la misma humanidad”, y no solo se



hace desde los espacios físicos, sino que ahora la comunidad católica pretende apoderarse de los espacios digitales para continuar con su tarea evangelizadora.

La interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, son elementos indispensables a la hora de comunicar en Internet, estos permiten que el usuario tenga una mejor experiencia en su navegación, pues cuando se implementan oportunamente enriquecen cada temática y permite a quienes transitan por la telépolis, profundizar y asimilar los contenidos; por lo que es imprescindible que la Iglesia Católica se adapte a la nueva forma de comunicar que impone la era digital. Al respecto Joseph Ratzinger (2011) afirma que,

La capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar las mentes y los corazones de todos. En el ambiente digital, la palabra escrita se encuentra con frecuencia acompañada de imágenes y sonidos. Una comunicación eficaz, como las parábolas de Jesús, ha de estimular la imaginación y la sensibilidad afectiva de aquéllos a quienes queremos invitar a un encuentro con el misterio del amor de Dios.

Rúben Canella, entiende la hipertextualidad como la multiplicidad de enlaces, la capacidad del medio Internet permite realizar vínculos entre elementos presentes en la Red, ocultos a los ojos de cada uno. El estar consciente de esta posibilidad hace que con criterio de economía de redundancia el emisor recurra frecuentemente a vincular mediante enlaces a otros textos (de todo tipo) que pueden estar en el mismo espacio generado por el emisor o no.



En cambio la multimedialidad se refiere a “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada”. (Abadal; Guallar, 2010, p. 42 citado por Guallar, J., Rovira, C., y Ruiz, S. 1, 2010).

De igual modo José Luis Orihuela (2003), hace énfasis en dos características para tener en cuenta al momento de publicar contenido en el espacio digital.

...el diseño y la producción de información interactiva para medios digitales exige la utilización y el aprovechamiento de dos características específicas, que constituyen una innovación en los modos de codificar mensajes. La estructura hipertextual de los contenidos y la articulación multimedia de los formatos de información son la base de un lenguaje innovador, cuya efectiva aplicación al ámbito de la información interactiva demanda el desarrollo de nuevas destrezas comunicativas. (p.2).

Las TIC permiten que los medios sean flexibles y adaptables, facilitan la integración y convergencia de múltiples relaciones; allí hay un desplazamiento de los escenarios físicos y de socialización a la red.

A medida que las tecnologías avanzan, innovan y evolucionan, la Iglesia está analizando cuáles son las tendencias comunicativas respecto a lo digital y cómo pueden transmitir su mensaje a partir de esos cambios e innovaciones sociales, ya sea por medio de sitios Web, redes sociales o aplicaciones móviles.



## **Comunicación e Iglesia**

El proceso comunicativo pasó de ser una emisión de mensajes a un intercambio de información, convirtiendo el proceso en algo más participativo y activo. En esta misma línea la Iglesia Católica también ha transformado sus modelos de comunicación para transmitir el mensaje divino; en los inicios este mensaje se transmitía de manera oral, Jesús cumplía el rol de mediador entre el mensaje y la humanidad, así mismo, lo hacían los diferentes profetas, apóstoles y misioneros, ellos también eran los comunicadores del evangelio y como concluyó Régis Debray, "si Jesús de Nazaret no se hubiera comunicado con su entorno, conversando con sus discípulos, y apostrofado a multitudes, la iglesia cristiana no hubiera podido garantizar jamás la transmisión del mensaje evangélico a través de las épocas y los continentes"

Posteriormente con el surgimiento del papiro y la invención de la imprenta, se transmitió el mensaje de forma escrita en los diferentes pueblos y ciudades del mundo, desde entonces, los diferentes medios de comunicación han apoyado la misión evangelizadora de la iglesia.

Para comprender el cambio en el proceso comunicativo de la sociedad, es necesario entender su funcionamiento a partir de modelos de comunicación. Uno de los diseños sobre el funcionamiento de la comunicación fue creado por Claude Shannon y Warren Weaver, ellos presentaron el modelo Matemático de la Información (emisor, mensaje, receptor), "el proceso comienza con una fuente que elige un mensaje, el cual es transmitido en forma de señal, por un canal de comunicación, a un receptor, que transforma la señal de nuevo en un mensaje para un destino" (Martínez,2006, 22). Este modelo describe la comunicación como un flujo de información y envío de mensajes. Pero se olvida de la parte sociocultural.



De este modo Norbert Wiener, crea otra manera de entender el proceso comunicativo, él plantea que en todo sistema social hay un intercambio de información entre dos partes (emisor-receptor), pero es necesario que exista la capacidad de respuesta para mantener un equilibrio. El hombre constantemente envía y recibe mensajes de su entorno social, este intercambio de información hace que la persona adapte su comportamiento para ser aceptado socialmente.

Tanto la Iglesia como la comunicación cumplen la función de informar a la sociedad, por lo tanto deben entender el contexto social en el que se desenvuelven las personas para saber cómo deben acercarse a ellas. Evidentemente, los medios de comunicación transmiten un gran flujo de información, las personas seleccionan la información de acuerdo con sus necesidades personales. cada una tiene intereses diferentes y usa los medios de forma distinta y selectiva; puesto que según Debray, "la mediología no concierne a un ámbito de objetos sino a un ámbito de relaciones" .

Desde el encuentro episcopal realizado en Aparecida, Brasil en el año 2007, la Iglesia Católica ha impulsado e implementado nuevas estrategias comunicativas en cuanto a la evangelización en Internet. Reconociendo que las TIC son un medio comunicativo que engloba a los medios tradicionales y que permite llegar a todos los rincones del mundo, a través de la inmediatez, la hipertextualidad y la interacción que genera cercanía entre personas que comparten una misma creencia.

Por lo anterior, se desarrollan aplicaciones católicas, realizadas por jóvenes, sacerdotes, religiosas, laicos y la Iglesia en sí, independientemente de su profesión y desde cualquier lugar del mundo. Aplicaciones que tienen la capacidad





de incluirse en los ámbitos sociales y actúan en espacios donde debe manifestarse el evangelio.

### **Las aplicaciones móviles al servicio de la nueva evangelización**

La evangelización se ha ido transformando, combinando el comienzo de la difusión del evangelio con el surgimiento y cambio de los procesos comunicativos, ahora está más cerca de las personas interesadas en las tecnologías actuales y en la doctrina católica. En este sentido, el papa Benedicto XVI hizo énfasis en que:

En los primeros tiempos de la Iglesia, los Apóstoles y sus discípulos llevaron la Buena Noticia de Jesús al mundo grecorromano. Así como entonces la evangelización, para dar fruto, tuvo necesidad de una atenta comprensión de la cultura y de las costumbres de aquellos pueblos paganos, con el fin de tocar su mente y su corazón, así también ahora el anuncio de Cristo en el mundo de las nuevas tecnologías requiere conocer éstas en profundidad para usarlas después de manera adecuada. (Ratzinger, 2009).

Los dispositivos móviles son parte de la cotidianidad del hombre, complementan las actividades personales y sociales, están relacionadas con sus intereses y hábitos frecuentes (formación, trabajo, interacción, entretenimiento, información, ocio..). Estos dispositivos están dotados de todo tipo de aplicaciones que se convierten en una extensión del pensamiento y del cuerpo.

Chris Anderson y Michael Wolff (2010), en el artículo titulado *The Web Is Dead. Long Live the Internet* (La Web ha muerto. Viva la Internet), mencionan que las aplicaciones móviles intervienen en todo el transcurso del día, desde que la



persona se despierta, va camino al trabajo, mientras trabaja, cuando está preparando la cena, hasta el momento en que se dispone a dormir, proceso que se convierte en un bucle.

You wake up and check your email on your bedside iPad — that's one app. During breakfast you browse Facebook, Twitter, and The New York Times — three more apps. On the way to the office, you listen to a podcast on your smartphone. Another app. At work, you scroll through RSS feeds in a reader and have Skype and IM conversations. More apps. At the end of the day, you come home, make dinner while listening to Pandora, play some games on Xbox Live, and watch a movie on Netflix's streaming service. (Wired Magazine, 2010).

Las aplicaciones (Apps) desarrolladas para dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tabletas, han permeado el ambiente cotidiano, personal y social de las personas que las utilizan. Aplicaciones que se convierten en extensiones de una actividad específica, desde la educación, hasta el entretenimiento, pasando por la simple comunicación en videollamadas, mensajería instantánea, así como actividad física, entretenimiento, nutrición, ocio, religión y muchas más. "Las nuevas tecnologías no sólo aumentan de forma espectacular la potencia de los medios, propician nuevas posibilidades hasta ahora desconocidas para cambiar nuestra forma de entender la comunicación y, al final, nuestra cultura". (Sábada y Gordo, 2005, 192).

En el mundo digital se crean nuevas culturas de manifestación, creación, difusión y opinión; culturas de encuentro e interacción. Por este motivo la Iglesia Católica busca evangelizar en Internet, tanto en redes sociales, de microblogging, como en



aplicaciones móviles respondiendo a tendencias comunicativas, culturales y tecnológicas del momento.

Debido a esta implementación, los católicos de todo el mundo que disponen y estén familiarizados con las nuevas tecnologías, pueden descargar aplicaciones gratuitas o de pago sobre esta doctrina, para capacitarse, aprehender y fortalecer la espiritualidad, gracias a los contenidos alojados en ellas, su utilidad y la proximidad que tienen con la Iglesia y el evangelio.

Muy recientemente la Iglesia se está abriendo a una difusión multiplataforma, con variedad de formatos para que el mensaje alcance a las personas allá donde estén. No hemos abandonado, ni abandonaremos, el encuentro cara a cara, la comunicación oral, la hoja de papel, pasando por la radio, la TV y la web, hasta llegar a las redes sociales. Hemos de alcanzar a todos, y establecer un diálogo usando todos los soportes. En última instancia se trata de favorecer que las personas tengan un encuentro con Jesucristo vivo, que se hagan libremente discípulos suyos. (Soberón, p. 3).

En los últimos años proliferan aplicaciones móviles desarrolladas para todo tipo de instituciones, necesidades y gustos. Estas aplicaciones son programas informáticos que se desarrollan para uno o diferentes usos a la vez, (textos, vídeos, imágenes, podcast, señal en vivo, redireccionamiento al sitio Web oficial, juegos..), sea para un sistema operativo específico o para varios (iOS, Android, BlackBerry, Windows, Symbian).

Actualmente se puede descargar, de manera gratuita aplicaciones católicas como The Pope App (2013), que cuenta con más de 50.000 descargas, es la app oficial



del Vaticano, está disponible para iOS y Android; a través de esta se puede tener acceso en cualquier momento a las noticias relacionadas con el Papa, entre las funciones se encuentran imágenes, videos, la recopilación de las palabras del Papa Francisco, también se puede visualizar la plaza de San Pedro en las diferentes horas del día y a la vez se puede ver la transmisión en directo de los diferentes eventos que se realizan en la Santa Sede.

Otra aplicación es Vatican.Va (2013), cuenta con más de 10.000 descargas, es la aplicación oficial de la Santa Sede, aprovecha los formatos multimediales para compartir la información institucional, las cartas, encíclicas y demás documentos realizados por el Papa. Sin embargo, como se ha mencionado previamente, contrastan la forma de comunicar de otros medios con lo digital, porque también se encuentran con la digitalización de archivos.

Del mismo modo, en la ciudad de Medellín se han desarrollado apps como lo son: miCatecismo (2013), con más de 10.000 mil descargas, es una app en la que se encuentra digitalizado este texto, lo que permite a catequistas, padres, religiosas y demás llevar de un modo más práctico este libro. Otra de ellas es Para Salvarte, con más de 5.000 descargas, en esta aplicación se ha digitalizado el libro que lleva el mismo nombre del autor padre Jorge Loring, ésta no requiere internet, se puede compartir, marcar el lugar de lectura, escucharla (síntesis de voz) y tiene una biografía breve del padre Loring; similar a las aplicaciones mencionadas también está la Encíclica Lumen Fidei (2013) con más de 10.000 descargas y Dirección Espiritual (2013) con descargas superiores a 5.000, este es un manual, tomado del libro: 40 preguntas sobre la dirección espiritual.

Cada temática planteada en una aplicación es un modo de reorganizar el flujo de información que hay sobre la doctrina católica, de manera que se logra movilizar



con la transmisión de los contenidos, cuando los dispositivos son considerados como herramientas complementarias.

Una de las características fundamentales de las aplicaciones móviles es su interfaz gráfica, ésta genera que el usuario utilice continuamente una app. En el caso de las aplicaciones desarrolladas por la iglesia católica, además de arrojar contenidos especializados, también deben preocuparse por introducir herramientas multimediales que diversifiquen y amplíen los contenidos, que tengan una usabilidad clara y automática, del mismo modo la forma y diseño de su contenido.

Así mismo, el acceso y uso de este tipo de aplicaciones no debe de ser complejo, pues éstas deben constituir una aplicación de identificación, de proyección, que indique pautas de acuerdo con los lineamientos y prácticas de la doctrina católica. Apps que funcionan como extensión de la práctica religiosa y dinamiza la relación de la persona con su experiencia de fe.

A great app keeps in mind that in most cases, the user is operating a device that has a small touchscreen. The user interface needs to be as unobtrusive as it can be, leaving out any design elements that don't add a use or function to the app. Bundling in too many design elements can leave it feeling bulky and will feel unintuitive. (Brian, 2011).

De igual manera una app católica también debe actualizar su información no sólo para solucionar las necesidades o requerimientos del usuario, sino para generar fidelidad y credibilidad hacia la aplicación. Estas actualizaciones perfeccionan los contenidos y logra optimizar la usabilidad de la misma.



Por lo expuesto desde el inicio en este texto, es pertinente considerar que el modelo de comunicación que ha venido desarrollando la Iglesia, es una opción para contemplar y entender la importancia de realizar una comunicación cercana, que ajuste su mensaje de acuerdo con las realidades de cada época, que sea sencilla y que se pueda aventurar sin miedo alguno a otros espacios desconocidos o que no se tenían estipulados en un comienzo ser partícipe de ellos, para continuar comunicando y llevando el evangelio a cada sitio en el que haya vida humana de generación en generación, comunicando un antes con un ahora.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anderson, C., Wolff, M. (2010). The Web Is Dead. Long Live the Internet. *Wired Magazine*. Recuperado de:

[http://www.wired.com/magazine/2010/08/ff\\_webrip/](http://www.wired.com/magazine/2010/08/ff_webrip/)

Brian, M. (2011). *Mobile Apps: A look at what makes a good app great*.

Recuperado de: <http://thenextweb.com/mobile/2011/07/16/mobile-apps-a-look-at-what-makes-a-good-app-great/>

Canella, R. (s.f). *Internet como medio de comunicación*. Recuperado de:

[http://www.areacomunicacion.com.ar/text/pe02\\_01.htm](http://www.areacomunicacion.com.ar/text/pe02_01.htm)

Debray, R. *Introducción a la mediología*. Disponible en:

[http://lacapasolidariadedickturpin.files.wordpress.com/2010/10/debray\\_regis\\_-\\_introduccion\\_a\\_la\\_mediologia1.pdf](http://lacapasolidariadedickturpin.files.wordpress.com/2010/10/debray_regis_-_introduccion_a_la_mediologia1.pdf)

Faura, R. (s.f). *Cibercultura, ¿realidad o invención?* Recuperado de:

[http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard\\_Faura.htm](http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard_Faura.htm)

Battista, G. (1975). *"Evangelii Nuntiandi" al episcopado, al clero y a los fieles de toda la Iglesia acerca de la evangelización en el mundo contemporáneo*.

Recuperado de:

[http://www.vatican.va/holy\\_father/paul\\_vi/apost\\_exhortations/documents/hf\\_p-vi\\_exh\\_19751208\\_evangelii-nuntiandi\\_sp.html](http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi_sp.html)



Guallar, J., Rovira, C., & Ruiz, S. (2010). *Multimedialidad en la prensa digital.*

*Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles.* Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>

Maigret, É. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios.* México: Fondo de Cultura Económica.

Martínez, J. (2006). *Teorías de comunicación.* Recuperado de: [http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom\\_docbase.pdf](http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf)

Orihuela, J.L. (2003) *El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad.*

Recuperado de:

[http://www.researchgate.net/publication/26464610\\_El\\_ciberperiodista\\_entre\\_la\\_autoridad\\_y\\_la\\_interactividad](http://www.researchgate.net/publication/26464610_El_ciberperiodista_entre_la_autoridad_y_la_interactividad)

Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes.*

Buenos Aires: Paidós.

Ratzinger, J. (2009). Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLIII Jornada

Mundial de las Comunicaciones Sociales: Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad.

Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2009.

[http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day\\_sp.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day_sp.html)





- Ratzinger, J. (2011). *Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital*. Vaticano: Libreria Edictrice Vaticana Recuperado de: [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20110124\\_45th-world-communications-day\\_sp.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day_sp.html)
- Sabada, I., Gordo, Á. (2005). *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: La Catarata.
- Sassi, S. (2012). *Carisma paulino y comunicación: 1914-2014 La comunicación a servicio de la nueva evangelización*. Madrid: San Pablo. Recuperado de: [http://www.paulus.net/supgen/pdf/2012/spa\\_carisma\\_paolino\\_esp.pdf](http://www.paulus.net/supgen/pdf/2012/spa_carisma_paolino_esp.pdf)
- Soberón, L. (s.f.). *La comunicación eclesial en la cultura digital*. Recuperado de: [http://www.iglesia.org.pe/cep\\_especiales/2011/encuentro-comunicadores-diocesanos-2011/comunicacion-eclesial-en-la-cultura%20digital.pdf](http://www.iglesia.org.pe/cep_especiales/2011/encuentro-comunicadores-diocesanos-2011/comunicacion-eclesial-en-la-cultura%20digital.pdf)