

---

**LOS DESENCUENTROS ENTRE LA IGLESIA  
Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:  
LA FUGACIDAD DE LA NOTICIA FRENTE  
A LA CULTURA DEL MEMORIAL**

---

**PLIEGOS DE INFORMACIÓN** es una  
Colección Bibliográfica del  
EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS  
Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN,  
de la Universidad de Sevilla  
y adscrito al Departamento de Periodismo II.

Con la colaboración de:



JUAN DEL RÍO MARTÍN

**LOS DESENCUENTROS  
ENTRE LA IGLESIA Y  
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:  
LA FUGACIDAD DE LA NOTICIA  
FRENTE A  
LA CULTURA DEL MEMORIAL**

**Prólogo** de  
Joaquín López-Sáez Rodríguez-Piñero.

**Epílogo** de  
José Manuel Gómez y Méndez.

**Fotografías** de  
José María Meléndez.

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN  
DE ANÁLISIS Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN  
Sevilla, 2010

## ***Comité Científico y Editorial***

de la Colección **PLIEGOS DE INFORMACIÓN:**

Dra. M<sup>a</sup>. Ángeles Alonso González.  
Dr. José Álvarez Marcos, *secretario*.  
Dra. María Luisa Cárdenas Rica.  
Lic. Noelia García Estévez.  
Dr. José Manuel Gómez y Méndez, *director*.  
Dra. Sandra Méndez Muros.  
Dr. Ricardo Ríos Pérez.  
Dr. Francisco Rubiales Moreno.  
Dra. Hada Miluska Sánchez Gonzales, *coordinadora*.  
Dra. Maritza Sobrados León.  
Dr. Aurelio de Vega Zamora.

© Los autores.

*Correspondencia:* Equipo de Investigación de  
Análisis y Técnica de la Información.  
Departamento de Periodismo II.  
Américo Vespucio, s/n. (edificio de la Facultad de Comunicación  
en Isla de la Cartuja). 41092-SEVILLA.

*Diseño y diagramación de cubierta e interiores,  
así como conformación cibergráfica:*

José Manuel Gómez y Méndez  
y Hada Miluska Sánchez Gonzales.

La ilustración de la “galleta” está realizada sobre una fotografía de  
la Naturaleza (paisaje del Polo Norte) existente en circuito cibergráfico.

*Intervienen como ayudantes de edición:*

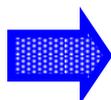
Hada Miluska Sánchez Gonzales, Sandra Méndez Muros, Noelia García Estévez,  
Delia Bernal Pérez, Beatriz Serrano García, Ana Carnerero Panduro,  
Amparo Rodríguez Montero, Rafael Gómez López y Concha Turón Padial.

I.S.B.N.: 978-84-693-4689-1.

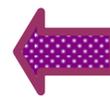
Depósito legal: SE-4860-2010.

---

(ir al inicio de créditos)



(ir al índice)



---

## Prólogo

---

---

## Verdadera comunicación mediante el dialogo y el intercambio de conocimientos

**L**a sesión inaugural del “*XI Curso de Radio, TV Local y Red*”, que organiza la Cadena COPE, con el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla y la Asociación para el progreso de la Comunicación, contó el 14 de septiembre de 2009 con un conferenciante muy esperado: el arzobispo castrense don Juan del Río Martín, que, bajo el título “*Los Desencuentros entre la Iglesia y los Medios de Comunicación: la fugacidad de la noticia, frente a la cultura del memorial*”, hizo un pormenorizado repaso sobre el importante papel que en la sociedad actual tienen los medios de comunicación y puso el acento en la necesidad de fomentar la formación de la opinión pública en el uso responsable y desarrollo de esos medios.

Al editar esta intervención del arzobispo, perseguimos ofrecer a los estudiantes de Periodismo, a los profesionales de los Medios, a las empresas del mundo de la Comunicación y a todos los ciudadanos – usuarios cotidianos de estos medios– un elemento de interés para la reflexión y el análisis.

Durante más de una hora, monseñor Del Río reflexionó con muchos ejemplos y gran hondura intelectual sobre la excesiva

---

---

velocidad informativa y contundente volatilidad que los Medios de Comunicación Social imponen en este mundo, donde la actualidad nace, se desarrolla y muere en un espacio de tiempo cortísimo y donde no es posible ni la profundidad, ni la valoración sosegada, ni siquiera un mínimo espacio para el adecuado entendimiento. El arzobispo sintetizaba sus palabras argumentando que una verdadera comunicación humana sólo es posible mediante el diálogo y el intercambio de conocimientos, a fin de construir una sociedad más justa y solidaria. Por ello, animó a los profesionales del Periodismo a trabajar por un verdadero rearme ético en nuestra convivencia.

Frente a la actual tendencia imparable –que tiene mucho que ver con el relativismo y el excesivo culto a lo material que nos impone el mundo de hoy–, el arzobispo castrense, gran conocedor de los medios informativos y también del mundo universitario, realizaba en su conferencia una defensa firme de los valores inherentes a toda persona: desde luego el respeto a su intimidad y al bien común, pero también la asunción por parte de la llamada “*sociedad de la información*” de valores como la justicia social, la libertad de pensamiento o el respeto a las minorías, entre otros. En el servicio a la verdad, fundamento de la paz, los profesionales de la comunicación son necesarios para seguir construyendo una sociedad en la que se respete siempre la dignidad de la persona humana, se defienda la vida, se apoye a la familia y se globalicen la justicia y la solidaridad.

Don Juan hacía suya también la llamada del Papa cuando afirma que “*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*”.

El arzobispo castrense nació en Ayamonte, localidad onubense donde cursó bachillerato, para posteriormente estudiar Filosofía y

---

---

Teología en el seminario Metropolitano y Centro de Estudios Teológicos de Sevilla. Graduado Social por la Universidad de Granada, se licenció y doctoró en Teología en la Universidad Gregoriana de Roma.

Fue ordenado sacerdote en febrero de 1974 y desde entonces hasta hoy ha desempeñado, entre otros, numerosos cargos y responsabilidades, entre las que destacan su faceta como formador y profesor del Seminario Menor de Pilas, párroco en Santa María la Mayor de esta localidad sevillana, vicerrector del Seminario Mayor de Sevilla, profesor de teología del Centro de Estudios Teológicos de Sevilla, director espiritual de la Hermandad de los Estudiantes, profesor de Religión en el Instituto de Bachillerato “*Ramón Carande*” de Sevilla, párroco de Nuestra Señora de Valme y Beato Marcelo Spínola de Dos Hermanas, delegado diocesano de Pastoral Universitaria, director del Servicio de Asistencia Religiosa de la Universidad de Sevilla, director de la Oficina de Información de los Obispos del Sur de España (responsabilidad esta con la que tuvo mucha relación con los medios de comunicación), profesor del Instituto de Liturgia “*San Isidoro*” de Sevilla, profesor de teología de la Universidad de Sevilla y secretario del Consejo Presbiteral de la Diócesis de Sevilla.

Fue nombrado obispo de Asidonia-Jerez en junio de 2000 y 5 años después designado presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social de la CEE, de la que ya había formado parte con anterioridad y con la que sigue colaborando activamente en la actualidad.

El 30 de junio de 2008 recibió el nombramiento de arzobispo castrense de España, del que tomó el día 27 de septiembre. Al responsable de esta archidiócesis lo nombra el Papa, a propuesta de su majestad el rey de entre una terna de eclesiásticos convenida entre la Nunciatura y Asuntos Exteriores y aprobada finalmente por la Santa

---

---

Sede, todo ello de conformidad con los Acuerdos entre el Vaticano y el Estado Español.

Monseñor Del Río, además, es miembro del Consejo Central de Ordinarios Militares y del comité ejecutivo de la Conferencia Episcopal Española, que es el órgano que tutela los Medios de Comunicación de la Iglesia.

D. Juan del Río ha tenido y tiene en la actualidad una relación muy directa con los medios informativos y un conocimiento y una sensibilidad especial respecto a las NN. TT. Colaboró durante su estancia en Roma con Radio Vaticano y llevó hace años las negociaciones con Canal Sur para incluir en la radio y la TV pública de Andalucía los programas religiosos. Además, son numerosos sus artículos de prensa y colaboraciones en la radio.

Una de las preocupaciones del arzobispo, como gran reto para la educación, es el tema de la relación de los niños y los medios de comunicación. El futuro de la infancia y de la juventud depende en gran medida de la formación que reciban en el uso correcto de los medios. Los padres, y la familia en general, se preocupan por elegir acertadamente el colegio apropiado para sus hijos y por estar vigilantes en lo que se refiere a las amistades y compañías de los menores y adolescentes. Quizás no estén tan atentos a lo que están viendo los niños y jóvenes, tanto en las clásicas pantallas de la TV, como en las llamadas “*nuevas pantallas*”, como son internet, videojuegos o mini-consolas.

*“Para muchas personas –asegura don Juan–, la realidad es lo que dicen los medios. Los progenitores, profesores, educadores y comunicadores tienen que ser conscientes del fuerte influjo que éstos tienen en los más indefensos de la sociedad, como son los menores”.*

Termino esta breve introducción, en la que vuelvo a agradecer a don Juan del Río su intervención en el Curso Universitario de la

---

---

COPE, que podrán leer íntegramente en las siguientes páginas, con una última reflexión que extraigo de las palabras del conferenciante y que vuelve a poner el acento en el compromiso y la profesionalidad de los periodistas: nadie puede escudarse en lo que suele llamarse *la imposible objetividad*. La relación con la verdad es una cuestión ética fundamental cuando el Periodismo se enfrenta a desafíos no imaginados por la *comercialización de la industria de la noticia*. Sabemos que muchos periodistas quieren colaborar en ello y hacer lo que es justo, pero frecuentemente se ven sometidos a “*presiones psicológicas*”, y a fuertes dilemas éticos, viendo como en ocasiones, la competencia comercial, los factores de audiencia y las influencias ideológicas tienen más fuerza que los deseos y propósitos.

Con la edición de este libro, se aportan nuevos elementos, desde el humanismo cristiano, que ayuden a fomentar el debate, el análisis y la reflexión sobre el papel de los Medios en la denominada “*sociedad de la información*”.

**Joaquín López-Sáez Rodríguez-Piñero.**  
Director Regional de Andalucía.  
*Cadena COPE.*

(ir al inicio del Prólogo)



(ir al índice)



---

**Los desencuentros entre la Iglesia y  
los Medios de Comunicación:  
la fugacidad de la noticia frente a la  
Cultura del Memorial**

---

---

**T**exto de la conferencia de Juan del Río Martín, arzobispo castrense de España, en la sesión inaugural del XI Curso sobre “*Radio, Televisión Local y Red*”, organizado por la Cadena COPE en Sevilla junto al Equipo de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla y la Asociación para el Progreso de la Comunicación. Fue pronunciada el día 14 de septiembre de 2009 en el Salón de Grados de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

---

## 0. INTRODUCCIÓN: PLATEAMIENTO DEL TEMA.

**S**i algo define a la comunidad de los seguidores de Jesús de Nazaret es la comunicación. La Iglesia nace de la Buena Noticia y, por lo tanto, o es comunicación o no es Iglesia. Para ello, en cada época histórica, ha utilizado los medios a su alcance para la propagación del Evangelio. Sería “*un pecado grave*”, decía Pablo VI, que la Iglesia no utilizara los modernos medios de comunicación, porque ellos son el primer areópago de los tiempos actuales, que está unificando a la humanidad y transformándola, como suele decirse, en una aldea global. Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que, para muchos, son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Ahora bien, la Iglesia, por la ley de la encarnación, también está llamada a inculturar su mensaje en la cultura mediática. Además, ofrece la cultura del amor y de la vida, de la que no puede prescindir la sociedad, y que deben transmitir y difundir los Medios de Comunicación Social. De ahí que el objeto de nuestra exposición sea mostrar la interrelación entre estas tres realidades: *Iglesia, Comunicación, Cultura* y cómo están llamada a entenderse, porque la misma misión de cada entidad lo requieren.

Esta cuestión se hace tanto más apremiante cuanto que el mismo Juan Pablo II dejó claro que la relación de la Iglesia con la Comunicación Social es una cuestión de pastoral de la cultura. Para el Papa Wojtyla ya no podían considerarse, sin más, las comunicaciones desde una visión puramente difusionista, como hasta ahora se había

---

dado en la Iglesia: los medios como instrumentos para anunciar el Evangelio.

Este cambio de actitud y comportamiento de Juan Pablo II no sólo obedecían a una estrategia de política informativa, sino a algo de más calado, que es la concepción que él tenía de la comunicación. Para él, el trabajo de la Iglesia en los medios *“no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta, pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta «nueva cultura» creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aun antes que de los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos. Mi predecesor Pablo VI decía que «la ruptura entre Evangelio y cultura es sin duda alguna el drama de nuestro tiempo»; y el campo de la comunicación actual confirma plenamente este juicio”*<sup>1</sup>.

El Papa Benedicto XVI ha ido todavía más allá en su luminoso magisterio al considerar la cuestión de las comunicaciones sociales no sólo desde una dimensión cultural, sino que ha llegado a decir que hay que contemplarlas desde lo que él denomina *“la cuestión antropológica”*. La Iglesia ha de tener claro que, en este campo, nos estamos jugando una auténtica concepción del hombre: *“El papel que los medios de comunicación han adquirido en la sociedad debe ser considerado como parte integrante de la cuestión antropológica, que se plantea como un desafío crucial del tercer milenio. De manera similar a lo que sucede en el campo de la vida humana, del matrimonio y la familia, y en el ámbito de los grandes temas contemporáneos sobre la paz, la justicia y la tutela de la creación,*

---

<sup>1</sup> Juan Pablo II: Encíclica *Redemptoris missio*, 37.

---

*también en el sector de la comunicación social están en juego dimensiones constitutivas del ser humano y su verdad”<sup>2</sup>.*

Esta perspectiva es tan importante para el Papa que supera la mera relación estratégica y funcional de la relación entre la Iglesia y los medios. El mismo Benedicto XVI llega incluso a reivindicar una mayor consideración a la ética de las comunicaciones sociales: la *infoética*, precisamente para preservar la dignidad del ser humano y alentar la excelencia ética y estética en el uso de las comunicaciones sociales<sup>3</sup>.

## I. RELACIONES ENTRE LA IGLESIA Y LA CULTURA DE LOS MEDIOS.

### A. La Iglesia: realidad humana y espiritual.

Lo primero que uno se debe preguntar es: ¿qué es la Iglesia? Desde una respectiva teológica es el “*cuerpo encarnado de Cristo en la historia*”, lo que quiere decir que es visible e invisible, social y sacramental, humana y espiritual, santa y compuesta de pecadores. De ahí, que para la mentalidad positivista dominante en la cultura mediática, no son fáciles de entender muchos acontecimientos y

---

<sup>2</sup> Benedicto XVI: *Mensaje para la 42ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. 2008. n. 4.

<sup>3</sup> “*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 incidir negativamente sobre su conciencia y sus opciones, condicionando así la libertad y la vida misma de las personas. Precisamente por eso es indispensable que los medios defiendan celosamente a la persona y respeten plenamente su dignidad. Más de uno piensa que es necesaria en este ámbito una “info-ética”, así como existe la bio-ética en el campo de la medicina y de la investigación científica sobre la vida*”. Benedicto XVI: *Mensaje para la 42ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. 2008. n. 4.

---

manifestaciones, tanto de su jerarquía, como del objeto noticiable de la vida de los simple fieles. Aceptando que somos un cuerpo social complejo, no debemos de vivir de espalda a los retos que nos plantea esta sociedad de la información. Ella tiene que buscar y encontrar, en el vasto entramado de satélites, estaciones, redes, las necesarias vías de acceso del Evangelio al mundo y del mundo hacia el Evangelio. Los *mass media* son la arena del debate público, donde exploramos nuevos valores, nuevos modos de ser y nuevos mitos culturales. Los medios son el lugar de interacción entre nuestro sentido religioso y la creación de la cultura.

La Iglesia Católica, con su característica estructura jerárquica, sacramental y comunitaria -que responde a la realidad espiritual y social que la constituye- se diferencia bastante de la tradición y de la pastoral de las Iglesias que nacen de la Reforma. También tiene profundas diferencias con el régimen de gobierno de una sociedad civil, o de la organización empresarial del mundo económico y financiero. Su peculiar modo de ser y de mostrarse al mundo no debe implicar que sus estructuras organizativas y pastorales sean opacas al hombre de hoy, sino que han de ser puentes entre el universo eclesiástico y el universo mediático. Sólo por ese camino se dará *la evangelización de los Medios y la evangelización por los Medios*. Por eso hemos de tener presente qué tipo de cultura crean los Medios respecto de la cultura del Evangelio.

## **B. Cultura y Religión.**

El origen etimológico del vocablo “cultura” está en el latín colere (cultivar). En su acepción más primitiva, que se remonta a Catón el Viejo (149 a. de C.), se refiere al cultivo del campo. Poco después, Cicerón, en sus *Tusculanae Disputationes*, incorporó el vocablo para definir a la Filosofía como cultivo del espíritu. También este término se usó para expresar la diaria adoración de la divinidad, culto divino, o bien para expresar el cuidado del cuerpo o ennoblecer el estado de moralidad de una persona. Esta aproximación a las fuentes clásicas nos indica que, en la vida humana, todo es cultura. Así también lo entendió el Concilio Vaticano II al afirmar que, “*con la expresión cultura, en general se*

---

*indica todo aquello con lo que el hombre afina y desarrolla sus innumerables cualidades espirituales y corporales [...]; de ahí se sigue que la cultura humana lleva consigo necesariamente un aspecto histórico y social” (GS, 53). Años después de esta definición conciliar, la UNESCO declarará, en la misma línea, que “la cultura, en su sentido más amplio, puede considerarse hoy como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y mediante la cual el ser humano se expresa”<sup>4</sup>.*

De todo ello se deduce que el hombre es el hecho primordial y fundamental de la Cultura, de la Iglesia y de las Comunicaciones Sociales. Además, la persona tiene un núcleo íntimo de convicciones religiosas y de valores morales que constituyen su alma. Por ello, la cultura y los mismos MCS ni deben, ni tienen por qué, eliminar o silenciar la apertura trascendente del sujeto humano. Más aún, la cultura y los MCS, cuando sirven a la verdad del hombre y al bien común de la sociedad, encuentran en la dimensión religiosa su mayor incentivo para ser matriz de libertad y convivencia social. El ser religioso es un aspecto constitutivo del hombre. Es un dato inmediato de la conciencia sensible, es un factor de la historia. No es la religión algo que se tenga o se deje de tener, porque -queramos o no- todo hombre es un “*ser religado*” (X. Zubiri). Es más, el ateísmo no es posible sin un Dios: el ateo, de una forma u otra, hace de sí un Dios. El ateísmo sólo es posible en el ámbito de la deidad abierto por la religación.

Sin embargo, desde hace siglos, Occidente ha vivido la ruptura progresiva entre la esencia de la religión y la cultura. Pensadores influyentes como Marx, Freud, Nietzsche, han atacado a la religión pensando liberar al hombre de las ataduras del capitalismo, del tabú sexual o de las supersticiones religiosas. Así, a fuerza de combatir a la religión, han herido de muerte a la misma cultura occidental, de

---

<sup>4</sup> UNESCO. *Mexico Declaration Final Report, World Conference on Cultural Policies* (July 20-August 1982). Cf. la interesante definición de E. B. TYLOR en *Cultura primitiva*, t.1, Ayuso, Madrid, 1976, 19.

---

manera que nuestra cultura se dejó embelesar por el mito ilustrado de una emancipación de la razón. Como consecuencia de ello, nuestras sociedades han sufrido la fascinación de las ideologías, lo que, con la muerte de éstas, ha llevado a la situación actual, caracterizada por una profunda inseguridad moral, pérdida del sentido de la vida, y crisis de las certezas éticas. A esto hay que añadir que las nuevas tecnologías nos lanzan cada vez más a la globalización y a la mundanalidad de las relaciones, dilatando las dimensiones de nuestro horizonte de comunicación, a la vez que difuminan las de sentido. Se deriva de ello una complejidad cada vez mayor, una interrelación de procesos culturales y sociales que se multiplican con velocidad impensable hasta hace pocos años.

En medio de esta revolución cultural en la que nos hayamos inmersos, no deberíamos dejarnos llevar por un pesimismo contagioso que sólo ve lo negativo de la situación actual. También cabe hablar de avances culturales donde se encuentran implicados valores religiosos como la defensa de los derechos humanos, junto a un rechazo creciente de las manifestaciones tiránicas, racismos, terrorismo, violencia de distinto tipo –incluida la doméstica– y las desigualdades sociales. De igual manera, se constata la lucha contra la miseria, la ignorancia o el rechazo a los inmigrantes. En el ámbito familiar, cabe destacar el mayor reconocimiento de la igualdad entre hombre y mujer, junto a una mayor libertad en las relaciones y en la adopción de un proyecto común. A todas estas conquistas han contribuido enormemente los MCS. Sin embargo, sería injusto sostener, como hacen algunos, que la Iglesia ha estado ajena a estos logros de la humanidad porque la historia docente, samaritana y sanadora de sus instituciones, así como la legión cristianos comprometidos con el progreso, la justicia y la paz, hablan por sí solos.

### **C. Los *mass media* y la Iglesia.**

Como enunciado orientativo valga la definición que hace de los mass media J. del Rey Morato, cuando dice: “*Los medios de comunicación social--también llamados canales o mass media- son aquellas empresas, públicas o privadas, cuyo cometido es emitir información de actualidad desde los soportes físicos y técnicos que la*

---

*moderna tecnología ha hecho posible. En la realización de esta tarea, generan, difunden los mensajes que van a proporcionar a la sociedad un modelo y, desde él, una imagen de sí misma y un conocimiento de lo que pasa en el mundo sobre el que informan, todo ello sometido a la fragmentación del período, y que llamamos periodicidad... Desde un punto de vista menos universal, son medios de comunicación social todos aquellos que sirven a la cultura de la actualidad, a la actualidad como cultura, o que la producen desde los cánones propios de la profesión periodística y con arreglo a las posibilidades tecnológicas y a la periodicidad que prescribe cada medio”<sup>5</sup>.*

De esta enunciación se concluye que las Comunicaciones son, ante todo, un fenómeno cultural y social, que configura la sociedad moderna y en mayor medida, la del futuro. Se nos presenta un inmenso campo que va desde los medios clásicos de prensa, radio y televisión, pasando por los nuevos instrumentos técnicos, las estructuras económicas, los cuadros profesionales, hasta las audiencias incalculables del universo mediático.

Como hemos dicho anteriormente, la relación de la Iglesia con las Comunicaciones Sociales no se debe agotar en el uso instrumental de los Medios. No basta sólo con unas mejoras técnicas de nuestras oficinas información. Es necesario profundizar en el "*humus*" cultural que reviste a toda noticia y que exige, para el anuncio del Evangelio, un lenguaje que se adapte a los *mass media*, sin perder nada de su originalidad salvadora, y de la que es depositaria la Iglesia.

A favor, de la institución eclesial hay que decir que, en el escaso tiempo de cuatro décadas, y con tan gran penuria de medios, haya hecho un esfuerzo de reflexión tan serio sobre los MCS como el que en estos años ha realizado la Iglesia Católica<sup>6</sup>. El Concilio Vaticano II representó el acontecimiento histórico y cultural, que puso las bases para una

---

<sup>5</sup> J. del Rey Morato en *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. A. Benito (director), Madrid 1991, pg. 902.

<sup>6</sup> Cf. J. Iribarren, *Introducción a las relaciones públicas en la Iglesia*, Madrid, 1995, pgs.139-169.

nueva teología de la comunicación a partir de la eclesiología de la *Lumen Gentium* y de la *Gaudium et Spes*. Hizo posible que el decreto *Inter Mirifica* (1963) institucionalizara la comunicación social en la Iglesia, dando a luz a hitos posteriores como son: la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio* (1971) *Aetatis Novae* (1992) y *Rapido Sviluppo*, la última carta apostólica del Papa Juan Pablo II (2005). Tampoco podemos olvidar los mensajes de los Papas Pablo VI, Juan Pablo II, Benedicto XVI con motivo de las más de cuarenta Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales que llevamos hasta ahora. Todo ello ha abierto una época de magisterio eclesial y de realizaciones cada vez más satisfactorias a todos los niveles, haciendo que los *mass media* sean, de hecho, *parte* integrante de la cultura católica, pero reinterpretados a la luz de la mejor tradición humanista, filosófica, sociológica y eclesiológica.

Aunque son muchos los avances en el orden doctrinal e institucional, sin embargo hay "muros" entre la Iglesia y la cultura que parecen infranqueables y que engendran y amplifican los potentes medios de comunicación. El proceso de cambio no ha dejado de acelerarse en estos últimos decenios. Nos encontramos al inicio de un nuevo milenio con una sociedad secular o postcristiana a la que, necesariamente, la Iglesia tiene que seguir ofertando la Buena Nueva de Jesucristo, aunque, como dice el cardenal Paul Poupard: "*No es una tarea fácil. Se trata de recomponer una fractura profunda y de conjugar valores aparentemente antitéticos: libertad y verdad, ciencia y sabiduría, individualismo y solidaridad*"<sup>7</sup>.

## II. VIEJAS Y NUEVAS CONFRONTACIONES.

En el ámbito cultural es donde está la clave más profunda de los desencuentros entre la Iglesia y los medios, de los que las fricciones singulares que aparecen en las páginas de los diarios, o en otros soportes mediáticos, son sólo exponentes coyunturales. Sería

---

<sup>7</sup> P. Poupard, "La Iglesia frente a los desafíos de la modernidad", *Ecclesia* 3060-61 (2001) 1204.

---

superficial limitarse a analizar el problema, o explicar las posibles deficiencias, en la relación de la Iglesia con los medios o viceversa, sólo desde las inadecuadas estrategias comunicativas de la Iglesia, de su carencia de personal competente y de medios materiales, o desde unos medios hostiles que rechazan, sin más, todo contenido religioso. Aunque estos supuestos son reales, no son suficientes para analizar las relaciones entre la Iglesia y los medios. El problema es cultural y la acción pastoral que lo solventa ha de ser de esa índole: inculturar el Evangelio en la cultura mediática, en sus lenguajes y con sus técnicas.

Es evidente que nos encontramos, de partida, ante dos concepciones distintas y de un fuerte contraste. Pero no existe razón para que las diferencias hagan imposible la amistad y el diálogo. En muchas amistades profundas son precisamente las diferencias las que alientan la creatividad y establecen lazos<sup>8</sup>.

Recordemos cuales son los grandes puntos de fricción:

#### **a. Aquéllos que vienen motivados por el origen.**

El marco cultural de los medios es el propio de la modernidad, en cuyo seno han nacido, y en el que, como expresaban los obispos españoles en su célebre documento *-La verdad os hará libres-*, “*domina la persuasión de que no hay verdades absolutas, de que toda verdad es contingente y revisable y de que toda certeza es síntoma de inmadurez y dogmatismo. De esta persuasión fácilmente puede deducirse que tampoco hay valores que merezcan adhesión incondicional y permanente. La tolerancia se toma, en este contexto, no como el obligado respeto a la conciencia y a las convicciones ajenas, sino como la indiferencia relativista que cotiza a la baja todo asomo de convicción personal o colectiva*”<sup>9</sup>. El profesor Gabriel

---

<sup>8</sup> Juan Pablo II. *Mensaje para la 33ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. 1999.

<sup>9</sup> Conferencia Episcopal Española. Instrucción pastoral *La verdad os hará libres*. Noviembre de 1990. En otro punto afirman que “*los medios de comunicación social que, en muchos aspectos están desempeñando un papel*

---

Galdón expresa esto mismo con las siguientes palabras: “Debido a que en el origen del Periodismo moderno la corriente filosófica dominante era el positivismo, y ésta niega en definitiva, la posibilidad de alcanzar la verdad sobre todo lo que no sea estricta y materialmente mensurable, la teoría periodística dominante, ab initio y, desgraciadamente, ad finem, se constituye como un objetivismo ramplón y falaz que ha conducido a una praxis periodística donde el aforismo los hechos son sagrados, las opiniones libres, ha desembocado, inexorablemente, en la triste realidad desinformativa de que los hechos son mudos (pues no se explican conforme a la razón), y, todas las opiniones valen lo mismo (pues no hay criterio de verdad)”<sup>10</sup>.

Ante esto, la propuesta de la Iglesia de verdades, de certezas, choca enormemente. Pero, en este nuevo marco cultural de la Sociedad de la Información, donde se ha instaurado el *pensamiento*

---

*muy beneficioso en orden a una sociedad políticamente libre y moralmente sana con informaciones y juicios objetivos y con la denuncia de los abusos del poder y de la corrupción imperante, no siempre responden a las exigencias éticas que les son propias. La explotación sistemática del escándalo por parte de algunos, la violación de la intimidad de las personas, la conversión del rumor no verificado en noticia, o el halago sumiso e interesado a los poderes, por ejemplo, son un reflejo, y causa a la vez, del deterioro moral que nos preocupa. Además, en los últimos tiempos, los medios de comunicación social han fomentado, por ejemplo, mediante mesas redondas, entrevistas y otras formas, la confrontación buscada por sí misma de las más diversas posiciones en todos los asuntos más fundamentales de la vida y han puesto de relieve casi exclusivamente la pluralidad y el conflicto de opiniones sin ofrecer en la gran parte de los casos una respuesta a los muy importantes problemas tratados, o por lo menos un esfuerzo para aproximarse a ella. Con ello, han contribuido, seguramente sin pretenderlo, a favorecer uno de los peores males de la conciencia humana contemporánea: la anomia, el escepticismo ante la verdad y la desesperanza de encontrar un camino hacia ella” (n. 4).*

<sup>10</sup> Pontificia Universidad Católica Argentina. *Iglesia y medios de comunicación social*. Conferencia del profesor Gabriel Galdón: *Concepto, método y aspectos de la información religiosa*, EDUCA, Buenos Aires, 2001, pg. 134. Cf. Gabriel Galdón, *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, EUNSA, Pamplona, 2ª. Ed., 1999, pgs.19-26.

---

*débil*, uno de los retos pastorales con los que se encuentra la Iglesia es precisamente el de ayudar a recuperar la confianza en la verdad. Lo más urgente hoy es llevar a los hombres a descubrir su capacidad de conocer la verdad y su anhelo de un sentido último y definitivo de su existencia (*Fides et ratio*, n. 102).

## **b. El concepto de realidad.**

En el terreno epistemológico es donde el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación está propiciando -como sucedió con la aparición de la escritura y después la imprenta y los otros medios- un nuevo modo de conocer, lo que no es accidental en el ser de la persona.

Los nuevos medios, destacando Internet, han potenciado la posibilidad de crear entornos ficticios que cada vez se parecen más a lo real, modelos tangibles de lugares y de cosas logrados, no por la abstracción, sino mediante el uso mediado de los sentidos. La realidad virtual se nos muestra así como la experiencia de presencia utilizando un medio de comunicación. En el pasado, los medios informaban sobre los acontecimientos; ahora, con frecuencia, las necesidades de los medios 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. Como muy bien ha escrito el profesor Daniel Innerarity, *“quien disimula deja intacto el principio de la realidad, no lo aniquila, lo enmascara. Lo propio de la simulación, en cambio es anular la diferencia entre lo real y la apariencia, declarar imposible el comportamiento auténtico y la palabra cierta, conceder a la representación el estatuto de la realidad. El Príncipe de Maquiavelo sabe que miente, y cuándo miente; en una cultura de la simulación esto ya no es posible porque el medio es el mensaje, es decir, no se oculta nada, sencillamente*

---

*porque no hay una trastienda donde pueda ser escondido. Todo es igualmente real e irreal al mismo tiempo”<sup>11</sup>.*

La solución no está en acabar con la ficción, ni expulsar a los poetas, sino en mantener la capacidad de distinguir lo verdadero de lo falso, el ser del parecer, lo bueno de lo malo, el rostro de la máscara, lo bello de lo grotesco. Sólo la verdad nos libera y nos posibilita ser nosotros mismos. En Internet lo virtual no puede dejar de lado lo virtuoso, la capacidad de acceso a la verdad sin desconfianza.

En este panorama cultural descrito, que es el propio de los medios de comunicación, la Iglesia hace, con su mensaje, una propuesta de sentido, totalizante, integral. Éste es otro inevitable motivo de confrontación entre la Iglesia y los medios. En otro orden de cosas, la Iglesia ofrece un mensaje homogéneo en una sociedad plural, que es la que propician los medios, lo que rechazo provoca en ellos. Sin embargo, la Iglesia, con esta aportación de sentido, contenido y valores, no impone o anula otras ofertas, sino que es una propuesta enriquecedora tanto para la sociedad como para los Medios.

### **c. El universo de los lenguajes.**

Otra cuestión es la de los distintos lenguajes usados por la Iglesia y los medios, lo que dificulta enormemente la relación entre la una y otros. La primera, al menos en su vertiente jerárquica, suele usar fundamentalmente los lenguajes de la liturgia, la catequesis y la teología. Por el contrario, a la comunicación social le son propios otros lenguajes muy diferentes, dependiendo, además de lo específico de cada medio o formato, muchos de ellos desconocidos o inusuales para la Iglesia.

---

<sup>11</sup> Daniel Innerarity. “Comunicación y simulación. Para una filosofía de la razón informativa” en *Comunicación y Sociedad*, vol. I, nº. 1, Pamplona, 1998, pg. 117.

---

El lenguaje religioso está saturado de matices y contextualizaciones, mientras que el de los medios es un lenguaje sencillo, corto, sorprendente, más lleno de imágenes que de conceptos. Esto no es nuevo para la Iglesia, porque ella ha sabido utilizar el lenguaje de muchas culturas en su misión evangelizadora ¿Por qué no recurrir a este nuevo lenguaje, que en su concreción se asemeja al que encontramos -por ejemplo- en las antífonas de la liturgia cristiana?

Así hablamos, pero no nos entienden, lo que provoca frustraciones en los dos ámbitos. En el terreno de la Iglesia se produce, por ejemplo, una gran decepción por la escasa y confusa recepción de los documentos magisteriales por parte de los medios y la consiguiente transmisión deficiente al gran público. Si a ello unimos los frecuentes contagios de lenguaje de los eclesiásticos, al usar en los medios, fórmulas propias de la predicación o de la liturgia, nos topamos con otra fuente de desengaños, pues una y otra vez se comprueba la ineficacia de los mensajes si no se emplean lenguajes propios de los medios. Estos nuevos códigos deben ser capaces, no obstante, de mantener la integridad del contenido, sin traicionar a la fe.

#### **d. La clave política parece dominarlo todo.**

La frecuente lectura mediática de la realidad en clave hegeliana, dialéctica, de confrontación, de conflicto, se traslada al tratamiento del hecho religioso, buscando lucha de contrarios, de posiciones, de líneas (p. ej., se habla de confrontación Roma-teólogos, enfrentamiento entre hermanos obispos en sesiones de la CEE, etc.).

Hablando de claves políticas, es llamativo cómo los medios suelen interpretar bajo esta óptica todo acontecimiento o contenido informativo, incluso los de la vida eclesial, como si para ellos no existiera otro ámbito en la vida social que el de la dimensión política. Pienso que esta omnipresencia de lo político en los contenidos y en la epistemología de los medios es injusta con la realidad que pretenden reflejar, y de sus salpicaduras no se salvan ni los contenidos reli-

---

giosos. Se trata de una prueba más de la notable influencia que tienen el poder político y el económico -que, por el contrario, no tiene la Iglesia y con la que es gratis meterse- en la formación de las agendas mediáticas<sup>12</sup>.

En el fondo de todas estas divergencias culturales está, en definitiva, la cuestión de la relación de la fe con un mundo secularizado, en el que Dios ha sido relegado a la marginalidad o a lo privado, cuando no a la total irrelevancia de su existencia. Para los medios la religión es material de alto riesgo periodístico, que origina polémicas, enciende los ánimos y, en la búsqueda de más audiencia, se constituye en un elemento adverso.

#### **e. Transparencia informativa.**

Los medios se quejan del secretismo de la Iglesia, de su desconfianza con respecto a ellos. Es verdad que este defecto se produce con frecuencia en ámbitos eclesiásticos, bien sea por desconocimiento de lo que es verdaderamente noticiable o por experiencias negativas de haber sido mal interpretados en otras ocasiones, cuando no por la discreción a la que obliga la caridad. Pero la propia Iglesia está llamada a ser especialmente transparente para ser creíble en la Sociedad de la Información. A ello invita el documento de la Santa Sede, *Ética en las comunicaciones sociales*, cuando afirma que “*quienes representan a la Iglesia deben ser honrados e íntegros en sus relaciones con los*

---

<sup>12</sup> Bernardo Díaz Nosty. *Informe anual de la comunicación 1991-2000. Estado y tendencia de los medios en España*. Grupo Zeta, Ediciones Tiempo, Madrid, 2001: “Cada vez más se advierte la incorporación y el protagonismo en el sistema de medios de emisores cuyos objetivos no se agotan en el específico ámbito de los medios, sino que son la expresión de amalgamas amplias de intereses que configuran los núcleos duros de la economía o las corporaciones de referencia de un país. Intereses y entornos que pueden convertirse, por su grado de protagonismo, en fuentes interesadas de información; esto es en inductores potenciales del discurso mediático cuando no de pautas sobre la construcción de la realidad, acción que se traduce, en el plano de lo público, en mecanismos de formación de la opinión@ (pgs. 17-18).

---

*periodistas. Aun cuando sus preguntas provocan algunas veces perplejidad y desencanto, sobre todo cuando corresponden poco al contenido fundamental del mensaje que debemos transmitir, debemos tener presente que esos interrogantes desconcertantes coinciden con los de la mayor parte de nuestros contemporáneos. Si la Iglesia quiere hablar de modo creíble a la gente de hoy, quienes hablan en su nombre tienen que dar respuestas creíbles y verdaderas a esas preguntas aparentemente incómodas”<sup>13</sup>.*

El inadecuado tratamiento informativo del hecho religioso en los medios también obedece, en ocasiones, a la falta de formación específica sobre la vida y doctrina de la Iglesia por parte de muchos profesionales de la información. Esta falta de profesionalidad es tolerada en este ámbito y sería impensable en el de la información económica, judicial, deportiva, taurina, etc. Para remediar esto, la Iglesia debe procurar que, al menos en las nueve facultades universitarias de Comunicación de titularidad eclesial que existen en España, se forme adecuadamente en el campo de la información religiosa a los futuros periodistas.

### III. LAS SOLUCIONES VIENEN POR EL CONOCIMIENTO Y LA ACEPTACIÓN DE LAS ENTIDADES.

Precisamente, el logro de la amistad de la Iglesia con los medios ha de basarse de manera muy importante en la apuesta pastoral por las personas, en su formación para el uso responsable ellos y, en lo que se refiere más estrictamente al mundo de la comunicación, por la formación de comunicadores cristianos en los que, en una unidad de vida sencilla y fuerte, se ha de producir la simbiosis de la fe y la vocación profesional.

---

<sup>13</sup> Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales. *Instrucción Pastoral Ética en las Comunicaciones Sociales*, n. 26, Editrice Vaticana, Roma, 2000.

---

La Iglesia ha de comunicar más y mejor, ya que esto es requisito ineludible para su eficacia evangelizadora, para la inculturación del Evangelio en el mundo de hoy, aportando con él, al campo de la comunicación, su sabiduría moral y ética, hoy especialmente necesaria para hacer una comunicación a la medida de la verdad del hombre, de su dignidad irrenunciable. El propio Juan Pablo II nos ha dado las claves de este giro en la pastoral de las comunicaciones y nos ofrece, de manera magistral, el contenido del intercambio de bienes que ha de darse para lograr la amistad entre la Iglesia y los medios:

*“La cultura del memorial de la Iglesia puede salvar a la cultura de la fugacidad de la noticia que nos trae la comunicación moderna, del olvido que corroe la esperanza; los medios, en cambio, pueden ayudar a la Iglesia a proclamar el Evangelio en toda su perdurable actualidad, en la realidad de cada día de la vida de las personas. La cultura de sabiduría de la Iglesia puede salvar a la cultura de información de los mass-media de convertirse en una acumulación de hechos sin sentido; y los medios pueden ayudar a la sabiduría de la Iglesia a permanecer alerta ante los impresionantes nuevos conocimientos que ahora emergen.*

*La cultura de alegría de la Iglesia puede salvar la cultura de entretenimiento de los medios de convertirse en una fuga desalmada de la verdad y la responsabilidad; y los medios pueden ayudar a la Iglesia a comprender mejor cómo comunicar con la gente de forma atractiva y que a la vez deleite”<sup>14</sup>.*

Como han podido comprobar, tenemos ante nosotros una urgente tarea pastoral de la cultura, como siempre ha ocurrido al comienzo de una nueva era. Ahora estamos ante una de ellas: la de la Sociedad de la Información o el Conocimiento. Este necesario intercambio que nos proponía el Papa Wojtyla volverá del revés -y por ello es gozoso- el lamento y desencanto vertido por T. S. Eliot en sus famosos versos:

---

<sup>14</sup> Juan Pablo II. *Mensaje para la 33ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. Año 1999.

---

*“¿Dónde está la sabiduría que hemos perdido con el conocimiento? /  
¿Dónde está el conocimiento que hemos perdido en la información?”.*

(ir al inicio )



(ir al índice)



---

## Epílogo

---

---

## Juan del Río y la Teología del Periodismo o de la Comunicación Social

**M**ientras escuchaba a monseñor Juan del Río en su disertación en el Salón de Grados de la Facultad de Comunicación el 14 de septiembre de 2009, y tras pronunciar unas palabras iniciales del acto como codirector de la actividad que se inauguraba con su conferencia –el “*XI Curso de Radio, Televisión Local y Red*”<sup>1</sup>–, no dejaba de pensar en el hombre que conocí de sacerdote

---

<sup>1</sup> Corría 1999 cuando se comenzó el primer curso que se efectuó en la Sede Iberoamericana de La Rábida de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), en agosto, dentro de sus Cursos de Verano; el segundo fue en la Universidad de Almería, a finales de julio, dentro de los Cursos Veraniegos que ese año se organizaron conjuntamente con la UNIA; ya desde 2001, en la ciudad hispalense, en el seno de la Universidad de Sevilla, en el mes de septiembre; siempre codirigí con el director de COPE en Sevilla, puestos desempeñados por Andrés Luis Cañadas Machado hasta 2004 y desde entonces por Joaquín López-Sáez Rodríguez-Piñero; quehacer que siempre he ejecutado desde la más plena pluralidad de contenidos y debates; ahí están sus programaciones desarrolladas... Hay un libro –en soporte cibernético, ya en 2006, cuando aún era escaso el uso de los ahora conocidos “*e-book*”– que recoge conferencias pronunciadas entre 1999 y 2004 titulado “*Radio y Televisión Local, entre dos siglos*”, publicado por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla como el número 11 de la colección “*Pliegos de Información*”; también, como el número

---

---

años atrás en la primera mitad de la década de los años noventa siendo entonces delegado de Pastoral Universitaria del Arzobispado de Sevilla, cargo que lleva parejado ser director del Servicio de Asistencia Religiosa de la Universidad de Sevilla, y también director de la Oficina de Información de los Obispos del Sur (Odisur), cometido que hizo a Juan del Río adentrarse en toda la problemática de los “*mass media*”. Ya entonces, comentaba sobre la proyección informativa del mensaje y deseaba que los periodistas o comunicadores estuviesen bien formados en contenidos religiosos para así poder ser transmisores con entendimiento y no sencillos canalizadores con desequilibrios por desconocimiento lo cual puede producir descodificaciones en la percepción receptiva de la información... Le preocupaba que en Sevilla –y por extensión en Andalucía– no hubiese la valoración periodística en torno a una parcela que tenía identidad –y espacialidad– propia como era todo lo referente al orbe cofrade, lo cual dejó patente en la primera actividad que organizamos –allá en 1995– sobre “*Periodismo y Cofradías*” donde en pleno salón de actos de la Facultad de Comunicación – entonces Ciencias de la Información– expresaba en su conferencia que dicha temática era “*el primer tema en número de apariciones en la Prensa andaluza, por delante de las informaciones relativas a las órdenes y congregaciones religiosas, las festividades locales, la romería del Rocío o las manifestaciones de Juan Pablo II*”<sup>2</sup>.

Y en años siguientes fue dando pautas en torno a la proyección informativa del quehacer cofrade a través de “*Los elementos*

---

16 de la misma, la conferencia que el cardenal Amigo Vallejo pronunciase en 2006: “*El Libro de Estilo de los Medios de Comunicación según la Iglesia*”, editado en 2008. Y ahora, el que el lector tiene en sus manos.

<sup>2</sup> RÍO MARTÍN, Juan del: “Una triple visión: el fenómeno cofrade en la información religiosa andaluza” en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (ed.): “*Periodismo y Cofradías*”. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla, 1996, págs. 36 a 42. Colección “*Pliegos de Información*”, nº. 4.

---

---

*culturales y religiosos en los Boletines*”<sup>3</sup>, *“Del Periodismo de tópicos a los comunicadores de vía estética”*<sup>4</sup>, *“Hermandades, Cofradías y Medios de Comunicación Social”*<sup>5</sup>.

Todos quienes tratábamos a Juan del Río nos sentimos alegres cuando supimos a mediados de 2000 que fue designado obispo de Asidonia-Jerez. Aumentó su atención a las temáticas comunicativas según seguimiento que tengo efectuado de su proyección pastoral que se multiplicó en todos los frentes de un quehacer diocesano. Así tengo focalizadas, desde entonces a hoy, las siguientes conferencias: *“Preocupación de la Iglesia por los Medios de Comunicación”*<sup>6</sup>, *“Iglesia y Medios de Comunicación, ¿confrontación o*

---

<sup>3</sup> RÍO MARTÍN, Juan del: “Los elementos culturales y religiosos en los Boletines” en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (ed.): *“Boletines de Hermandades”*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla, 1997, págs. 128 a 134. Colección *“Pliegos de Información”*, nº. 5.

<sup>4</sup> RÍO MARTÍN, Juan del: “Del Periodismo de tópicos a los comunicadores de vía estética” en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (ed.): *“Programas y revistas cofrades”*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla, 1998, págs. 115 a 118. Colección *“Pliegos de Información”*, nº. 6.

<sup>5</sup> RÍO MARTÍN, Juan del: “Hermandades, Cofradías y Medios de Comunicación Social” en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (ed.): *“La fotografía y el quehacer periodístico cofrade”*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla, 2000, págs. 17 y 18. Colección *“Pliegos de Información”*, nº. 9.

<sup>6</sup> La Delegación de Catequesis de la Diócesis de Málaga organizó un *“Curso de Catequesis para sacerdotes de Andalucía”* entre el 1 y el 5 de julio de 2002. El entonces obispo de Asidonia-Jerez, monseñor Juan del Río Martín, fue invitado a pronunciar una conferencia, que desarrolló el día de la primera sesión –el 1 de julio– con el título de *“Preocupación de la Iglesia por los Medios de Comunicación”*.

---

---

*desconocimiento? Apuntes para una solución cultural*”<sup>7</sup>, “*Los Medios de Comunicación Social: evangelizar una nueva cultura*”<sup>8</sup>, “*Los Medios de Comunicación Social, ‘huéspedes’ en la familia*”<sup>9</sup>, “*El obispo, primer comunicador de la Diócesis*”<sup>10</sup>, “*Los Medios de Comunicación Social y la Familia*”<sup>11</sup>, “*Santidad y martirio en los Medios de Comunicación Social*”<sup>12</sup>, “*Periódicos y periodistas católicos en nuestra Historia*”<sup>13</sup>, “*La cuestión ética. Preservar la*

---

<sup>7</sup> Título de la disertación realizada el 4 de julio de 2002 en la Fundación Iberdrola dentro de actividad de la Asociación para el Estudio de la Doctrina Social de la Iglesia (Aedos).

<sup>8</sup> En la ciudad de Granada el día 14 de julio de 2003 se celebraba, con la conferencia de mons. Juan del Río, el acto de apertura del “*XVI Curso básico de Periodismo*”, organizado por la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social y la cátedra “*Padre Manjón*” de la Abadía del Sacromonte, dirigido a sacerdotes.

<sup>9</sup> Entre el 2 y el 7 de noviembre de 2004, organizada por la Diócesis de Cádiz-Ceuta, se celebró, en la ciudad gaditana, la XXVI “*Semana de la Familia*”, la cual fue inaugurada la tarde del día 2 del indicado mes por el titular de la demarcación eclesiástica, monseñor Antonio Ceballos Atienza, en el salón de actos del colegio San José, perteneciente a las Esclavas. Monseñor Juan del Río Martín, entonces obispo de Asidonia-Jerez, fue quien pronunció la conferencia inaugural.

<sup>10</sup> Intervención el 14 de febrero de 2006 en la Asamblea de Delegados Diocesanos de Medios de Comunicación Social, que con el apelativo de “*Parroquia, comunicación y cultura*” se celebró en Madrid.

<sup>11</sup> Jerez de la Frontera, 28 de abril de 2006.

<sup>12</sup> En el “*Curso sobre Causas de los Santos*”, organizado por Conferencia Episcopal Española en Madrid, el 5 de octubre de 2006.

<sup>13</sup> Santander, 20 de julio de 2006. Curso de Verano sobre Ángel Herrera Oria, organizado por la Universidad San Pablo-CEU.

---

---

‘humanitas’ en la Comunicación”<sup>14</sup> y “La Iglesia: ¿conflicto o espacio de libertad para el periodista católico?”<sup>15</sup>.

Archivados, los siguientes artículos: “El difícil oficio de periodista”<sup>16</sup> y “Libertad de expresión y respeto a la religión”<sup>17</sup>. He aquí una homilía: “Misa de San Francisco de Sales”<sup>18</sup>. Y una

---

<sup>14</sup> Ponencia de clausura en las “Jornadas sobre Medios de Comunicación y responsabilidad social corporativa”, organizado en Salamanca durante los días 19 y 20 de octubre de 2006 por la cátedra “Sebastián Battaner” de la salmantina Universidad Pontificia.

<sup>15</sup> Madrid, 19 de abril de 2007; en las “III Jornadas Prensa e Iglesia en la España contemporánea”, organizadas por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo-CEU.

<sup>16</sup> Durante los años de monseñor Del Río al frente de la diócesis de Asidonia-Jerez (2000-2008), realizó un comentario semanal en las antenas de la emisora de la cadena COPE en la ciudad de Jerez de la Frontera. Cuando llegó la semana correspondiente a la del domingo 4 de mayo de 2008 así denominó el texto que escribió.

<sup>17</sup> Dicho queda en la nota anterior que el tiempo episcopal de monseñor Juan del Río Martín en la diócesis de Asidonia-Jerez fue desde septiembre de 2000 al mismo mes de 2008. Fueron habituales para los jerezanos y municipios de alcance de COPE-Jerez sus colaboraciones radiofónicas, con periodicidad semanal, denominadas “Apuntes para la vida”; ese es el título de la aportación escrita para la semana cuyo domingo era el 5 de marzo de 2006.

<sup>18</sup> El 27 de enero de 2009, la Asociación de la Prensa de Madrid celebró la festividad del Patrón de los Periodistas, San Francisco de Sales, con una misa en el templo patronal del mismo nombre situado en el monasterio de la Visitación, congregación religiosa que en 1610 fundase este Doctor de la Iglesia con el nombre de “Orden de la Visitación de Santa María” ([http://es.wikipedia.org/wiki/Orden\\_de\\_la\\_Visitaci%C3%B3n\\_de\\_Santa\\_Mar%C3%Ada](http://es.wikipedia.org/wiki/Orden_de_la_Visitaci%C3%B3n_de_Santa_Mar%C3%Ada)). Ofició monseñor Juan del Río Martín, arzobispo castrense de España y presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social; la denominación de la homilía que pronunció queda aquí recogida.

---

---

exhortación pastoral: “*Con motivo de la XXXVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*”<sup>19</sup>. Intervenciones diversas: “*Los Medios de Comunicación Social: evangelizar una nueva cultura*”<sup>20</sup>, “*Iglesia y Prensa: avatares históricos*”<sup>21</sup>, “*Hecho Religioso y Comunicación*”<sup>22</sup>, “*Carta a un amigo*”<sup>23</sup>, “*Entrega de los Premios ‘¡Bravo! 2007’*”<sup>24</sup>, “*Normas prácticas para moverse en la Cultura*

---

<sup>19</sup> Dada en Jerez de la Frontera el 13 de mayo de 2004.

<sup>20</sup> Intervención en la presentación del “*XV Curso Básico de Periodismo*”, celebrado en Granada entre el 15 y 20 de Julio de 2002, con la misma organización que la referenciada en la nota 8 anterior.

<sup>21</sup> Apertura el 8 de mayo de 2005 del “*V Encuentro Diocesano de Comunicadores Sociales*” con la denominación “*La Prensa que queremos*”, celebrado en Madrid.

<sup>22</sup> Apertura del “*I Encuentro de obispos y decanos de Facultades de Comunicación relacionadas con la Iglesia en España*”, celebrado en Madrid los días 20 y 21 de enero de 2006.

<sup>23</sup> La Asociación de la Prensa de Jerez de la Frontera, fundada en 1935, comenzó a conceder en 2001 los “*Premios Pluma de Oro y de Ganso*”. En su quinta edición el “*Premio Pluma de Oro*” fue concedido al monseñor Juan del Río Martín, quien recogió el galardón en un acto que se celebró en la Escuela de Hostelería en el Parque Empresarial el 4 de febrero de 2006, entregándosele la alcaldesa de la ciudad, Pilar Sánchez, y el presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, Fernando González Urbaneja, en presencia de la presidenta del colectivo periodístico jerezano, Eva Nicasio, y de los profesionales con ejercicio en el municipio. El entonces obispo de Asidonia-Jerez pronunció unas palabras, tituladas “*Carta a un amigo*”, como gratitud al reconocimiento de la profesión periodística por su comentario semanal en las antenas de la COPE en su emisora de Jerez.

<sup>24</sup> En la sede madrileña de la Conferencia Episcopal Española se celebró el 28 de enero de 2008 la entrega de los Premios “*¡Bravo! 2007*”, los cuales son convocados cada año por su Comisión de Medios de Comunicación Social, presidiendo el entonces responsable de la misma, monseñor Juan del Río Martín, aún obispo de Asidonia-Jerez, quien tuvo una disertación.

---

---

*Mediática*”<sup>25</sup>, “*Saludo en la entrega de los Premios ‘¡Bravo! 2008’*”<sup>26</sup>, “*Saludo de apertura de la Asamblea de Delegados Diocesanos de Medios de Comunicación Social 2009*”<sup>27</sup>.

En la Conferencia Episcopal de España (CEE) se integró de inmediato en la Comisión de Medios de Comunicación Social, estando a su frente desde 2005. Cometido episcopal y presidencial que continuó poniéndole en el análisis informativo –aunque fuese designado arzobispo castrense en junio de 2008– como se refleja en su labor intelectual hasta que fue elegido miembro de la Comisión Permanente de la CEE<sup>28</sup>, que dejó el cometido de presidente. Sin embargo no ha cejado en sus estudios periodísticos.

---

<sup>25</sup> Palabras de Clausura de las “*III Jornadas Católicos y Vida Pública*”, con la temática “*Cristianos para nuevos tiempos*”, desarrolladas en Jerez de la Frontera los días 8 y 9 de febrero de 2008.

<sup>26</sup> El 22 de enero de 2009 se procedió en Madrid, en la sede de la Conferencia Episcopal Española, a la entrega de los Premios “*¡Bravo! 2008*”, que anualmente convoca la Comisión de Medios de Comunicación Social de la indicada Conferencia Episcopal. El acto estuvo presidido por el titular de la señalada Comisión episcopal, monseñor Juan del Río Martín, arzobispo castrense de España, quien pronunció una salutación.

<sup>27</sup> Los días 16 y 17 de febrero de 2009 se celebró, en la Casa de la Iglesia en Madrid, la asamblea anual de la Delegados Diocesanos de Medios de Comunicación Social de España, con el lema de “*Infoética: por una Comunicación Social a la medida de la dignidad humana*”. Monseñor Juan del Río Martín, arzobispo castrense de España, intervino, en la sesión de apertura, en su calidad de presidente de la Comisión de Medios de Comunicación Social de la Conferencia Episcopal Española. Pronunció unas palabras. Para conocer más sobre el desarrollo de la actividad, puede accederse a:  
<http://www.conferenciaepiscopal.es/actividades/jornadas/2009/mcs.pdf>

<sup>28</sup> En la sesión celebrada el 22 de abril de 2009.

---

---

Si consideramos que teólogo es *“aquel que, por vocación, se entrega al estudio de un acontecimiento que hunde sus raíces en el pasado, pero como hijo de su tiempo, cargado de las provocaciones y tensiones del presente, teniendo que producir instrumentos para que ese acontecimiento sea comprensible y significativo también para el día de hoy. Como creyente, se ve llevado en su investigación por la certeza de la fe, pero como científico está sujeto a las reglas del saber crítico”*<sup>29</sup>, no dudamos que cuanto el doctor Juan del Río ha producido intelectualmente en torno a los Medios de Comunicación, le sitúan como elaborador de una Teología del Periodismo o de la Comunicación Social. Leyendo cuanto queda referenciado en líneas anteriores, se aprecia una dedicación de más de veinte años a este tema con pronunciamientos y posturas en búsqueda de que no nos sumerjamos *“en un baño mediático que corre el peligro de ahogar en un nuevo conformismo la autonomía y la razón de las multitudes, conformismo tanto más poderoso cuanto que es afectivo, es decir que se dirige a los sentimientos”*<sup>30</sup>. Podría seguir fundamentando mis palabras para aseverar cuanto digo de este quehacer de Juan del Río Martín... Y considero que pocas personas de su rango eclesiástico tienen una trayectoria de tan hondo calado comunicativo. Pienso que hemos de seguir cuanto diga, escriba o transmita este ayamontino de nacimiento pues seguro estoy que aún le quedan años –nació en octubre de 1947– para que los periodistas aprendamos de su expresar comunicativo o discrepemos de su reflexionar; siempre condicionará a todo receptor de su contenido el ser creyente o no, sin embargo concibo que en una pluralidad social -dentro de la más amplia libertad de pensamiento- se tendrá que reconocer la validez de Juan del Río en su analizar y expresar aunque no se estuviese de acuerdo con cuanto contenido teológico sobre la Comunicación proceda de su pensamiento.

---

<sup>29</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Teolog%C3%ADa>

<sup>30</sup> Conferencia *“El obispo, primer comunicador de la Diócesis”*, original de Juan del Río, referenciada en la nota 10 anterior.

---

---

Antes de finalizar, dejar constancia que los colores de la cubierta de este libro, en soporte magnético, están elegidos en razón de la dignidad arzobispal de Juan del Río; el mayoritario que la envuelve es el tono de arzobispo en su vestimenta; el verde que enmarca los cuadros, así como el plateado de los mismos y el azul de las letras están tomados de la cromática existente en distintos elementos de su escudo episcopal<sup>31</sup>. Tonalidades equilibradas en armonía para una obra de tan hondo calado en su contenido.

Concluyo. Me ratifico en lo ya expresado: sigamos la producción comunicativa de Juan del Río pues –de seguro– será aportación para un mejor entendernos en el Periodismo o la Comunicación dentro de esa deseada convivencia social.

**José Manuel Gómez y Méndez.**

Director del Equipo de Investigación  
de Análisis y Técnica de la Información.

Universidad de Sevilla, julio de 2010.

(ir al inicio del Epílogo)



(ir al índice)



---

<sup>31</sup> Véanse los pormenores del mismo en:  
<http://www.arzobispadocastrense.com/arzo/el-arzobispo-castrense/escudo-episcopal.html>

---

---

## **Álbum fotográfico**

---



Juan del Río Martín durante su conferencia inaugural del “*XI Curso de Radio, Televisión Local y Red*” que tituló “*Los desencuentros entre la Iglesia y los Medios de Comunicación: la fugacidad de la noticia frente a la Cultura del Memorial*”. Junto a él se sientan representantes de las instituciones y empresa organizadora de la actividad: a su derecha, José Manuel Gómez y Méndez, director del equipo de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla; Joaquín López-Sáez y Rodríguez-Piñero, director de COPE en Andalucía y Sevilla, y Ricardo Ríos Martín, presidente de la Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC).



Grupo del alumnado universitario, de ambos sexos, que acudió a la conferencia.

---



Juan del Río Martín charla, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, con Pablo Carrasco (a la izquierda de la imagen), director general de Radiotelevisión de Andalucía (RTVA), y Joaquín López-Sáez y Rodríguez-Piñero (en el centro), director de COPE en Andalucía y Sevilla.



Instante de Juan del Río Martín durante la conferencia pronunciada el 14 de septiembre de 2009 en el Salón de Grados de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

---



Juan del Río Martín en diálogo con José Manuel Gómez y Méndez: entre ambos, puede verse, detrás, al periodista Eusebio Pérez; a la derecha de la foto grupo de integrantes de la Secretaría Logística del Curso (Esther Romero Hernández, Gabriel Corbacho Bermejo, Noelia García Estévez y María José Barriga Cano) quienes son saludados por el arzobispo Del Río Martín en la foto bajo estas línea.





Universitarios sevillanos, en el Salón de Grados de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, escuchando la conferencia de Juan del Río Martín, quien ya aparece en la foto de abajo tras concluir la misma, acompañado de Joaquín López-Sáez, J. M. Gómez y Méndez y Ricardo Ríos.



(ir al inicio del *Álbum fotográfico*)



(ir al índice)



---

## Índice

**NOTA ACLARATORIA PARA EL MANEJO DEL TECLADO  
DEL ORDENADOR O COMPUTADORA PARA PROCEDER  
A LA LECTURA DE ESTE LIBRO  
EN SOPORTE CIBERNÉTICO.**

---

1. En el caso que en la pantalla del ordenador o computadora, que se utiliza, no saliese la “manita” que hipervincula los archivos, ha de pincharse la tecla **Ctrl** (control) al mismo tiempo que el botón izquierdo del ratón sobre el hipervínculo, accediéndose así al Capítulo o parte del libro que se desee.

Pág.

### Créditos

Créditos de la edición..... 1

---

## Prólogo

*Verdadera comunicación mediante el dialogo  
y el intercambio de conocimientos*

por Joaquín López-Sáez Rodríguez-Piñero ..... 5

## Los desencuentros entre la Iglesia y los Medios de Comunicación: la fugacidad de la noticia frente a la Cultura del Memorial

por Juan del Río Martín..... 11

0. Introducción: planteamiento del tema..... 13

I. Relaciones entre la Iglesia y la Cultura de los Medios..... 15

A. La Iglesia: realidad humana y espiritual ..... 15

B. Cultura y Religión ..... 16

C. Los *mass media* y la Iglesia..... 18

II. Viejas y nuevas confrontaciones ..... 20

a. Aquéllos que vienen motivados por el origen..... 21

b. El concepto de realidad ..... 23

c. El universo de los lenguajes ..... 24

d. La clave política parece dominarlo todo ..... 25

e. Transparencia informativa..... 26

III. Las soluciones vienen por el conocimiento  
y la aceptación de las entidades ..... 27

## Epílogo

*Juan del Río y la Teología del Periodismo  
o de la Comunicación Social*

por José Manuel Gómez y Méndez..... 30

Álbum fotográfico ..... 40

---

---

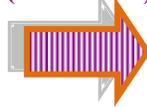
[Índice](#)

Índice general ..... 50

[Cierre](#)

Cierre de la edición ..... 53

(ir al índice)



## CIERRE

**E**l presente libro, titulado “LOS DESENCUENTROS ENTRE LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA FUGACIDAD DE LA NOTICIA FRENTE A LA CULTURA DEL MEMORIAL”, fue editado por el *Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información*, adscrito al Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla, siendo el número 21 de la Colección “*Pliegos de Información*”. Contó con la colaboración de la Cadena COPE en Sevilla. Tuvo las siguientes personas como ayudantes de edición: Hada Miluska Sánchez Gonzales, Sandra Méndez Muros, Noelia García Estévez, Delia Bernal Pérez, Beatriz Serrano García, Ana Carnerero Panduro, Amparo Rodríguez Montero, Rafael Gómez López y Concha Turón Padial. Intervino en las reproducciones: Copistería Delicias, S. L., concluyéndose en el mes de septiembre de 2010.

# CATÁLOGO DE PUBLICACIONES DE LA



## **1. LENGUAJE INFORMATIVO Y FILMOGRÁFICO.**

A. Antona, M. Belenguer, C. Carreras, M. C. Fernández, J. M. Gómez y Méndez, F. Perales, M. Ponce, R. Reig, M. J. Ruiz y E. Sánchez.

## **2. INFORMACIÓN Y CIENCIA.**

E. Arias, A. Braojos, F. Caro, C. Colón, D. Coronado, M. L. Domínguez, M. C. Fernández, J. M. Gómez y Méndez (ed.), C. Guerrero, A. Guil, F. Loscertales, R. León, A. López Hidalgo, P. Moreno, M. Ponce, R. Reig, J. Rey, C. Rguez. Rad y M. J. Ruiz.

## **3. TIEMPO Y ESPACIO INFORMATIVOS.**

J. Álvarez, J. M. Gómez y Méndez (ed.), C. Herrero, A. López Hidalgo, J. L. Manfredi, P. Moreno, M. Ponce y R. Reig.

## **4. PERIODISMO Y COFRADÍAS.**

J. Álvarez, L. Arjona, A. Avendaño, S. Becerril, A. L. Cañadas, J. Criado, J. E. Durán, J. Fernández, J. M. Gómez y Méndez (ed.), J. J. León, A. López Hidalgo, J. L. Manfredi, P. Moreno, M. P. Oliver, P. Orive, F. Osorio, M. Ponce, J. del Río, R. Reig, F. Rosales, F. Rosell, S. Sánchez Traver, J. D. Sanmartín y A. Serrano.

## **5. BOLETINES DE HERMANDADES.**

J. Álvarez, C. Calvo, A. L. Cañadas, F. Carrillo, F. L. Córdoba, J. Criado, J. E. Durán, J. Fernández, J. A. Galbis, M. T. Garrido, J. M. Gómez y Méndez

---

(ed.), J. Gómez Palas, R. Guerrero, J. Gutiérrez Rumbau, P. Gutiérrez del Álamo, A. Lama, J. J. León, J. M. Lobo, J. López Hidalgo, F. López de Paz, J. L. Manfredi, J. Martínez de Velasco, F. Mesa, P. Moreno, J. M. O'kean, J. Recio, R. Reig, J. del Río, J. Rubio, J. L. Ruiz, S. Sánchez Traver, D. Sanmartín, A. Silva, F. Soto y J. M. Vega Leal.

## **6. PROGRAMAS Y REVISTAS COFRADES.**

J. Álvarez, L. Becerra, S. Becerril, M. Carmona, A. J. Catalán, J. Criado, I. Díaz, J. E. Durán, M. T. Garrido, J. M. Gómez y Méndez (ed.), J. Gómez Palas, R. Guerrero, P. Gutiérrez del Álamo, F. Jiménez Bejarano, J. J. León, A. López Gómez, A. López Hidalgo, J. L. Manfredi, J. Mejías, A. Ocaña, J. del Río, R. Ríos, J. Rubio, J. J. Rubio Pastor, F. Rupérez, G. Sánchez, V. Trinidad, J. M. Vega Piqueres y J. M. Vega Leal.

## **7. LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA EN 1995/96.**

J. Arbide, A. Barrios, J. M. Barrón, I. Barzdevics, J. Fernández, J. M. Gómez y Méndez (ed.), A. González Borjas, R. González Galiana, I. Gordillo, V. Guarinos, F. Loscertales, J. L. Manfredi (ed.), J. A. Navarro, J. M. Núñez, L. Pérez Tolón, M. Ponce, S. Reguera, A. Serrano, N. Tejero, R. Utrera y M. A. Vázquez Medel.

## **8. CARTELES DE CULTOS Y PÁGINAS EN RED.**

J. M. Aguilar, J. Álvarez, C. Amigo Vallejo, J. A. Ariza Campos, B. Cabello, A. L. Cañadas, M. L. Cárdenas, J. M. del Castillo, F. J. Chacón, J. Criado, J. Fernández, A. Fernández Millán, F. Gallardo, F. García Luque, M. T. Garrido, J. L. Garrido Bustamante, F. Gil, J. M. Gómez y Méndez (ed.), J. Gómez Palas, J. L. Jurado, A. López Hidalgo, F. J. Martínez, F. Mesa, J. A. Muñoz Aroca, E. Nieto, R. Ríos, M. Serrano, J. M. Vega Leal.

## **9. LA FOTOGRAFÍA Y EL QUEHACER PERIODÍSTICO COFRADE.**

E. Abad, J. Álvarez, S. Arenado, A. L. Cañadas, M. L. Cárdenas, F. Carrasco, J. Criado, J. Díaz, C. Edo, F. Esteve, C. Fernández Ortiz, P. Gálvez, V. M. García, C. García Lara, F. García Luque, J. L. Garrido Bustamante, J. M. Gómez y Méndez (ed.), P. Gutiérrez del Álamo, A. Herburn, C. Herrero, J. M. Javierre, J. L. Jurado, A. López Hidalgo, J. L. Manfredi, F. Mesa, J. Moeckel, C. Navarro Antolín, J. M. Ortega, M. Pérez de Ayala, A. Ramos Espejo, M. R. Requejo, J. del Río, R. Ríos, A. Ríos Ramos, J. Rubio, F. Ruso, S. Sánchez Traver, A. Silva, L. Serrano, A. Troncoso.

---

**10. EL PERIODISMO EMOTIVO:**

**UNA APROXIMACIÓN AL MENSAJE TELEVISIVO.**

H. Miluska Sánchez Gonzales.

**11. RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL, ENTRE DOS SIGLOS.**

A. Arjona, J. A. Belda, O. Bezunartea, J. Blanco, L. Camacho, A. L. Cañadas Machado (ed.), M. J. Casal, J. Casoliva, M. Cebrián, P. Diezhandino, P. Farias, J. L. Garrido Bustamante, Í. Gómez, J. M. Gómez y Méndez (ed.), B. Herráez, Á. Herrero, E. Jiménez, P. Lombardero, J. López-Sáez, J. L. Manfredi, P. Moreno, I. Moreno, P. Ochoa, M. de Pablo, J. M. de Pablos, C. Palmés, E. Pérez, Á. del Río, R. Río, A. Rodríguez, M. Rubio, A. Samanes, M. I. Sánchez, F. Sierra, A. Torres, A. Tuñón, E. Vergara.

**12. RADIO VIDA, EN EL RECUERDO DE SEVILLA.**

Pedro R. Camacho, A. L. Cañadas Machado, J. M. Gómez y Méndez, S. Méndez Muros, L. Ruiz Galafate.

**13. LA PROFESIÓN VETERINARIA EN LA PRENSA DE SEVILLA.  
(1905-2006).**

J. M. Gómez y Méndez, H. M. Sánchez Gonzales, S. Méndez Muros, M. J. Cartes Barroso, L. Ruiz Galafate y C. Castilho.

**14. SEVILLA Y EL TARDOFRANQUISMO SEGÚN “ABC” Y  
“EL CORREO”.**

Sandra Méndez Muros.

**15. EN TORNO AL PERIODISMO LOCAL Y POLÍTICO.**

J. A. Barroso Delgado, M. Bellido Bello, M. Capelo Hernández, M<sup>a</sup>. L. Cárdenas Rica, S. Crespo, J. M. Gómez y Méndez (ed.), J. J. González, M. Gutiérrez Bueno, J. López-Sáez Rodríguez-Piñero, A. Ordoñez Martínez, S. Méndez Muros (ed.), D. Pérez Carretero, M<sup>a</sup>. Prieto Tapia, M. Quijada Pérez, F. Rubiales, H. M. Sánchez Gonzales, S. Sánchez Traver, M. Santiago Cossi, F. Sierra Caballero, M. Sobrados León, A. Vives Gutiérrez.

**16. EL LIBRO DE ESTILO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
SEGÚN LA IGLESIA.**

Carlos Amigo Vallejo.

**17. PERIODISMO Y FERIA DE SEVILLA.**

---

E. Abad, M<sup>a</sup>. Á. Alonso, J. Álvarez, U. Buitrago, M<sup>a</sup>. L. Cárdenas, F. Correal, I. de Cossío, S. Crespo, J. Criado, J. Díaz, M<sup>a</sup>. Á. Fernández, F. Gallardo, M. Gallardo, F. García, F. García Antón, R. García Capelo, J. García Gil, O. Gómez, J. M. Gómez y Méndez (ed.), I. González, J. Jiménez, J. L. Jurado, A. Limón, A. López Hidalgo, J. L. Losa, J. D. Martín, J. M<sup>a</sup>. Meléndez, S. Méndez Muros (ed.), E. Nieto, D. Olivero, J. D. Periañez, D. Pérez, I. Porro, A. Ramos, R. Ríos, M. Ruesga, L. Ruiz, F. Ruso, H. M. Sánchez, I. Sánchez Mira, J. M. Serrano, A. Serrano, M. Sobrados, D. Suárez, S. Valdés, I. Vergara.

#### **18. PERIODISMO Y FERIAS EN LOS MUNICIPIOS DE SEVILLA.**

M<sup>a</sup>. Á. Alonso, M<sup>a</sup>. L. Cárdenas, M<sup>a</sup>. del C. Castillo, C. Cejudo, I. de Cossío, S. Crespo, R. Diéguez, J. Escames, B. Eslava, M<sup>a</sup>. Á. Fernández, L. Fontán, F. Gallardo, M. Gallardo, C. Garrido, J. M. Gómez y Méndez (ed.), A. López Hidalgo, A. Mallado, J. M<sup>a</sup>. Meléndez, S. Méndez Muros (ed.), J. A. Ortega, J. L. Pérez, M. J. Pérez, J. M. Rivas, J. M. Romero, A. Ruiz, H. M. Sánchez, S. Sánchez Traver, F. Sierra, M. Torres.

#### **19. LAS REPRESENTACIONES DE LA INMIGRACIÓN MAGREBÍ EN ESPAÑA EN UN PERIÓDICO DE FRONTERA: “EUROPA SUR”.**

Maritza Sobrados León.

#### **20. SOBRE PERIODISMO MÉDICO, CREENCIAL Y DE VALORES.**

M. Bobo Márquez, P. Campos Rodríguez, M. Cartes Barroso, N. García Estévez, J. M. Gómez y Méndez (ed.), A. González Borjas, M<sup>a</sup>. del M. Llera Llorente, A. Jiménez Ortiz, A. Mantero Moreno, S. Méndez Muros (ed.), R. Ríos Pérez, E. Romero Hernández, L. Ruiz Galafate, H. M. Sánchez Gonzales, S. Sánchez Traver, D. Suárez Sánchez.

#### **21. LOS DESENCUENTROS ENTRE LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA FUGACIDAD DE LA NOTICIA FRENTE A LA CULTURA DEL MEMORIAL.**

Juan del Río Martín.

(ir al inicio del cierre)



(ir al índice)

