

OBETS. Revista de Ciencias Sociales
Vol. 15, nº 1, 2020, pp. 285-316
ISSN-e: 1989-1385 | ISSN: 2529-9727
DOI: 10.14198/OBETS2020.15.1.10

LA PRESENCIA DE INFORMACIONES RELACIONADAS
CON LA RELIGIÓN CATÓLICA EN LA PRENSA ESPAÑOLA
INFORMATIVE TREATMENT OF THE CATHOLIC RELIGION IN THE
SPANISH PRESS

María Teresa Santos Diez

Dpto. Periodismo II. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, España
mariateresa.santos@ehu.eus
<https://orcid.org/0000-0002-2494-3279>

Jesús Pérez-Dasilva

Dpto. Periodismo II. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, España
jesusangel.perez@ehu.eus
<http://orcid.org/0000-0002-3383-4859>

Cómo citar / citation

Santos Diez, M. T., y Pérez-Dasilva, J. (2020) “La presencia de informaciones relacionadas con la religión católica en la prensa española”. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 15(1): 285-316. <http://orcid.org/10.14198/OBETS2020.15.1.10>

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

Recibido: 18/03/19. Aceptado: 15/04/20

Resumen

La presente investigación aborda la presencia de contenidos relacionados con la religión católica en los diarios de información general españoles. Mediante una metodología de análisis de contenido se cuantifica y se identifican las áreas temáticas y se compara su presencia en los diarios mencionados. Los resultados confirman la importancia de la figura del papa Francisco, así como el desgaste de

la relación entre la Iglesia y la sociedad que se manifiesta a través del predominio de textos informativos con un enfoque negativo haciendo hincapié en temas como la corrupción y las finanzas.

Palabras clave: Religión católica; diarios españoles; Papa; evangelización; información religiosa.

Abstract

This research focuses on the treatment given to the contents related to the catholic religion by the Spanish general information newspapers. The methodology used is the analysis of content. The thematic areas are quantified, analyzed, and the treatment carried out by the aforementioned newspapers is compared. The results confirm the importance of the figure of Pope Francis, as well as the predominance of informative texts with a predominantly negative focus, emphasizing topics such as corruption, the Vatican and finances.

Keywords: Catholic religion; Spanish newspapers; Pope; evangelization; religious information.

Extended abstract

This article is the result of an investigation that analyzes the coverage that the Spanish general information newspapers gave to the contents related to the Catholic religion from January 1, 2013 to December 31, 2014. Dates that coincide with the resignation of the Pope Benedict XVI and the appointment of the new Pope as head of the Catholic Church. Therefore, its interest lies in addressing a topic of current relevance that although it belongs to the private sphere of people, it presents manifestations in the daily context and in public opinion. We also collect a historical moment of utmost importance such as the resignation of one pope and the appointment of another.

The newspapers El País, El Mundo and ABC have been chosen as a sample. They are quality newspapers, with national coverage and different editorial lines. After the hemerographic review, 1259 journalistic pieces were counted: El País (n = 853, 67.77%), ABC (n = 266, 21.12%), and El Mundo (n = 140, 11.11%), whose main theme is the Catholic religion. For the analysis of the texts a specific sheet was designed taking into account the variables: name, date, authorship, gender, location and a thematic categorization was carried out. To calculate the agreement, Cohen's Kappa coefficient (K) was used, giving us 0.94%, which guarantees the reliability of the results obtained. Through a quantitative methodology following reference

authors, the thematic areas have been identified and the treatment carried out by the newspapers mentioned in this topic is analyzed and compared.

It is about knowing if religious information is part of the media agenda -because it is playing an important role in society- as well as the main topics of religious content.

The conclusions reveal that the information referring to the Catholic religion raises the interest in the state press for the value and characteristics of the events that it generates. Information on the subject is published every month of the year, although March, November and February stand out, and they do so from the informative point of view, so the news about other genres prevails. They are elaborated texts that mostly appear signed and identified with the name of the editor in the newspapers. These are specialized journalists who cover religious information on a regular basis in newsrooms. Also the news agencies have a significant presence, as well as the texts that have the attribution of the newsrooms. For the location of texts in *El Mundo*, it is published in the international and society section, while *ABC* and *El País* place them in religion and national section.

The results show the limited presence of Pope Benedict XVI in the newspapers analyzed. However, his resignation and the reasons that led him to make the decision, make it news but does not reach the high percentages of his successor. During the time elapsed since his resignation (February 11, 2013) until the appointment of the new Pope (March 13, 2013), religion takes center stage. From this moment Pope Francis is news for his declarations, gestures and reforms away from the traditional image of the papacy, making him the protagonist of news today and his profile is far from his predecessors as reflected in his constant presence in the newspapers analyzed.

It is remarkable the coincidence of all newspapers in the figure of Pope Francis with percentages of 28.1% and 21.9% of the total of the total content published on the Catholic religion. It is a reality that his declarations and actions take him away from the traditional image of the papacy and, according to the Twiplomacy report (August 2013), he is the head of government and world state with the most influence on Twitter among the 505 accounts studied (evangelidigitalizacion, 2013). At the end of February 2014, it had more than 12 million followers. However, Benedict XVI created on-line the news.va portal (June 29, 2011), opened profiles on Flickr, fans page on Facebook along with official accounts on Twitter and marked a milestone in history when using an iPad (28 June 2012) to send a short message via Twitter on the web portal: news.va and a few months later, in December 2012 it premiered on Twitter with @pontifex.

With regard to other issues raised, the results reflect that more than half of the pieces published (50.3% and 62.4%) refer to issues related

to corruption, the Vatican and finances. A theme that increases in terms of corruption (12.7% to 32.4%) and finance (6.8% and 13.7%). There is a predominance of negative news, the good actions of the Church are eclipsed by these 'bad news'. The media prefers everything that conflicts or generates controversy. Good deeds are generally not news. In *El País*, a more negative approach to content is emphasized, emphasizing issues such as corruption (7% to 49.7%) and Vatican finances, so that it is more critical than the other newspapers analyzed. Also, *El Mundo* highlights the content related to corruption and finance and *ABC* also affects corruption and Pope Francis. They also pay little attention to the trips of the Popes abroad and the news referring to Pope Benedict XVI.

It should be noted that other research on the religious theme would be necessary to deepen into other thematic aspects such as frames or framing of the news, it would also be interesting to address the role of the journalist and his specialization although this is not the objective of this investigation.

1. INTRODUCCIÓN

Los apóstoles salieron y predicaron por todas partes la palabra divina (Marcos 16.20), logrando que “la voz de su predicación repercutiese en todas las naciones, aun en las más apartadas de la tierra” (Carta Apostólica *Maximum Illud*, Benedicto XV). La llegada de la imprenta en 1450 y la publicación de la Biblia de Gutenberg deja postergada la comunicación verbal y la copia de manuscritos para dar comienzo a una nueva etapa en la difusión del mensaje evangélico a la humanidad. La prensa desde sus orígenes centró el interés de la Iglesia católica por su capacidad para llegar a grandes masas de población, lo que puede incidir en los comportamientos de los individuos (Camacho, 2009: 2). Es una realidad que los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la transmisión de valores y actitudes sociales (Sánchez, Megías y Rodríguez, 2004: 7). Sin embargo, no se puede olvidar que, cuando se trata de las creencias, las prácticas de fe y la vida de las comunidades religiosas forman parte de una realidad compleja cuya presencia en los medios de comunicación no siempre es satisfactoria (Pou, 2008: 562). No cabe duda de que los medios de comunicación resultan imprescindibles para la evangelización por lo que no resulta extraño que la Santa Sede creara los suyos propios con este fin. Destacan el periódico *L'Osservatore Romano* (1861), Radio Vaticana (1931), el Centro Televisivo Vaticano (1983) y la agencia de información internacional

católica Zenit (1997). Los medios de comunicación convencionales centran su interés únicamente en la información de actualidad (Pérez, 2012:178), es decir, tienen interés en la Iglesia porque ésta es noticia (La Porte, 2002: 113).

Según Miras (2004: 97), la Iglesia no es competente “para manifestar públicamente su juicio moral sobre cuestiones de relevancia social”. En esta situación su interés se centra únicamente en el ámbito político y no en el religioso (Gómez, 2009: 261). Una consecuencia lógica, dado que la Constitución del 1978 apuesta por un Estado aconfesional y “se garantiza la libertad ideológica, religiosa y de culto de los individuos” (art. 16.1), por lo que la religión pasa al ámbito individual de las vidas. Una idea compartida por Mancilla (2011: 81) al considerar que tradicionalmente se vincula lo religioso al espacio privado, entendiendo como tal la esfera no política, como la esfera del hogar, “o incluso la de la sola conciencia personal establecen conexiones entre el ámbito privado y algunas cuestiones sociales o políticas”. Algo que según Donaire (2004: 294) denota la divergencia que existe entre la vida litúrgica, espiritual y apostólica, y sus reflejos mediáticos. En este contexto, para Santos y Pérez (2014: 141) la presencia de la religión en los diarios se reduce a informar sobre aquellos aspectos relacionados con la actualidad en sí, ya sean declaraciones, nombramientos, opiniones y actividades que realiza. En el panorama nacional, las manifestaciones religiosas en los medios privados tienen escasa presencia en los medios de comunicación. No obstante, en TVE-2¹ de titularidad pública ofrece la Santa Misa los domingos y festivos. También en los medios vinculados a la Conferencia Episcopal², como es el caso de 13- Televisión que retransmite todos los días la Santa Misa y el Rezo del Ángelus. A su vez, la Cadena Cope³ emite cada día el Rezo del Ángelus y la Santa Misa los domingos y festivos. Con estas iniciativas se mantiene la tradición de las pequeñas emisoras de radio católicas que en los años 50

¹ En TVE-2 se emiten los espacios religiosos Pueblo de Dios, Últimas Preguntas y Testimonio. En Radio Nacional de España (RNE) en su programa Radio 1 y Radio 5 incluyen los espacios religiosos *Frontera* y en Radio Exterior de España *Horizonte*.

² En Popular Tv se ofrecen los espacios de contenido religioso *Mundo Solidario*, *Octava Dies*, *Palabra de Vida* y *Pueblo en camino*.

³ En la Cadena Cope durante la semana emiten los programas religiosos *el Comentario matinal*, *El Espejo de la Iglesia*, *Los Decanos* y *La linterna de la Iglesia*. Durante los fines de semana *Destacan el Santoral*, *“Guía dominical*, *Es Domingo*, *Santa Misa*, *Iglesia en...* y *Apuntes de Cultura Religiosa*.

retransmitían los actos religiosos para los enfermos y personas que no podían desplazarse a la Iglesia (Santos y Pérez, 2014: 143).

La presente investigación aborda la cobertura informativa que los diarios de información general españoles otorgan a la religión católica, entendida como los contenidos referentes a “la confesión cristiana regida por el papa de Roma” (Diccionario RAE, 2015). Su interés radica en abordar un tema de plena actualidad que, aunque pertenece a lo privado, presenta manifestaciones en el ámbito diario y en la opinión pública. Además, nuestra investigación marca la diferencia por abordar un momento histórico de suma importancia como es la renuncia de Benedicto XVI y la elección de un nuevo pontífice argentino⁴.

2. MARCO TEÓRICO

La influencia de los medios de comunicación en la construcción de la realidad se explica por la teoría de la agenda-setting que plantea que los medios, cuando seleccionan y priorizan las informaciones de los temas más relevantes del día y determinan su interés informativo, influyen en la opinión pública, de modo que la agenda mediática pasa a ser la agenda social (McCombs, 2006: 25). Saber cuál es la agenda de los medios constituye la clave para conocer los temas que tienen interés social y el pensamiento dominante. Por tanto, la cobertura que los medios prestan a un tema es un factor determinante con poder de influencia en la política pública, dado que dan forma a las opiniones del público sobre un tema (McCombs y Renolds, 2002), de modo que los medios influyen en las opiniones y actitudes de la sociedad (Rodrigo, 1995; Wolf, 1994; Lippmann, 2003 y McQuail, 2000), en los valores de las personas (Montero, 1993) y en la construcción social de la realidad cotidiana, ya que “de sus orientaciones últimas dependerá el tipo de imagen de la realidad que acabará siendo conocida por el público” (Dader, 1990). Se trata de determinar el interés del tema en la agenda diaria de los medios y poder saber si se trata de un asunto de importancia social, es decir si hay una semejanza entre la agenda mediática y social que defiende.

⁴ A lo largo de la historia se han producido algunas renuncias. La primera fue la de San Clemente I (88-96), le siguen los papas San Ponciano (230-235), San Silverio (536-537), San Martín I (649-654), Benito IX papa Celestino V (1294), Gregorio XII (1406-1415), Clemente VIII (1423-1429) y Benedicto XVI (2005-2013) (Vargas, 2013).

En cuanto se refiere a los diarios de información general, según Moreno (2000: 172), solo se ocupan de “aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, tendrá gran repercusión social”, por lo que los contenidos relacionados con el culto no se abordan y sigue vigente la idea de que el periodista “de noticias religiosas se limita a ofrecernos la narración de acontecimientos y de ritos, la consagración de una nueva Iglesia, el nombramiento de un nuevo obispo” como considera Colombo (1997: 117). A su vez, Pou (2008: 565) opina que la noticia no sólo condiciona la visión de la realidad, sino que en el campo religioso las repercusiones de esta noción serán mucho mayores, especialmente, con la potenciación del conflicto como eje de la información religiosa. No obstante, los temas religiosos interesaban en el periodo objeto de estudio a más de dos terceras partes de la población (2013 al 70,4% y en 2014 al 70,1%), según barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS diciembre 2013: 2014).

En lo que respecta a investigaciones realizadas en este campo, son numerosas en radio (Casellas, 1997; Sánchez, 2001; Rojo, 2006; Gutiérrez y Huertas, 2003; Gómez, 2009; Arredondo, 2008; Peña y Pascual, 2013 entre otros. También se abordan las nuevas formas de comunicación que utiliza la Iglesia como es el uso de Internet para la evangelización (Millán, 2006). Pérez y Santos (2014, 2016 y 2017) tratan la presencia en las redes sociales por parte de los cardenales y las diócesis así como las estrategias que siguen para llegar a los jóvenes y hablar de religión e informarse sobre noticias y actividades relacionadas con ella, y cerca de un tercio presentan un vínculo fuerte con sus seguidores. Centrándonos en los medios impresos otros estudios abordan el tratamiento periodístico del hecho religioso (Marcellán, 1999; Díez, 2006; Cordero, 2006 y 2008 y Pou, 2008 y 2016), o la imagen de la Iglesia en los medios (Contreras, 2004), el periodismo católico (Gómez y Carratalá, 2014); Picazo, 2014 y Linares 2017) y el tratamiento informativo de la religión en las mujeres (Huertas y Luna, 2017). Por su parte, Sánchez, Díaz y Ormaechea (2013: 35), estudian el tratamiento informativo que realiza la prensa generalista española sobre la renuncia al papado de Benedicto XVI. Destacan que los diarios centran su interés en analizar los pormenores de la versión ofrecida por las fuentes oficiales del Vaticano, así como el propio Benedicto XVI sobre su renuncia. Sánchez y Padilla (2013: 455) abordan el tratamiento del Islam en los medios de comunicación. Concluyen que hay una ausencia casi total del tratamiento religioso y plantean la necesidad de

buscar un periodismo religioso más ético y veraz y menos reduccionista. A su vez, Bravo (2009: 48) considera que el Islam se percibe como una amenaza; González y Castillo (2013) y Rodrigues y Rodríguez (2017) se centran en medios de comunicación y religiones minoritarias. En el contexto de la nueva evangelización Pérez Latre (2012) analiza el interés que produce la religión en los medios, y destaca que la visibilidad mediática de la Iglesia se llevó a cabo con Juan Pablo II, y considera a los medios como aliados y no como rivales. En su análisis destaca que la Iglesia ha tenido entre otros problemas la falta de claridad del lenguaje institucional, de sentido de actualidad y de transparencia con respecto a la difusión de sus mensajes. Otros temas de interés son la canonización de Juan XXII y Juan Pablo II, (Cartes, 2016 y Coronado, 2015); la comunicación del Vaticano entre Benedicto XVI y Francisco (Pérez, 2019), así como la relación de los últimos papas con los medios (Blanco, 2018). Asimismo, es necesario mencionar algunos trabajos efectuados en el extranjero que son referencia (Miller, 1935; Borowik; 2002; Lacey, 2008; Lugo-Ocando, 2010; Campbell, 2010). Más recientemente Bárcenas (2014) y Montoya (2014) tratan las estrategias de evangelización en México y Nunes, Mariz y Faerstein (2016) contemplan la identidad religiosa en Río de Janeiro; Vargas (2016) investiga la prensa e información religiosa en República Dominicana y Manrique (2019) analiza las prácticas religiosas, técnicas estatales y en escenarios de construcción de paz en Colombia.

3. LA INFORMACIÓN RELIGIOSA. UN REPASO POR LA HISTORIA

La información religiosa es la “concreción del periodismo humanista cristiano en el ámbito específico de la religión” (Galdón, 2006: 21), en consecuencia hace referencia simbólicamente a la relación del hombre con su trascendencia (Pitarro, 2012: 362). Unos contenidos especializados que precisan un tratamiento específico que permita al destinatario tener una visión contextualizada (Pou, 2008: 562). Idea compartida por Fernández (1991: 766), que además considera necesario que el periodista acomode el código al nivel propio de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades. La religión suscita el interés social por desempeñar un papel muy relevante en la cultura de la humanidad (Sánchez y Padilla, 2013: 450), como también es objeto de investigaciones desde diferentes áreas del conocimiento. En este sentido, según Fontana (1992: 115), la referencia histórica se hace necesaria

en Ciencias Sociales. Para este autor, el intento de avanzar en nuestros conocimientos tiene que basarse en la confrontación con el material primario que viene proporcionado por las fuentes. Además, la historia constituye un punto de referencia imprescindible para dar una visión contextualizada de los acontecimientos (Beltrán, 1985). La Iglesia católica desde sus orígenes ha tenido como cometido la difusión de los contenidos religiosos por los confines de la tierra y en cada momento fue capaz de adaptarse a los avances que proporcionaba la tecnología. Así por ejemplo, en la prensa escrita que, a pesar de su utilidad, no estuvo alejada de controversias, críticas y rechazo. A comienzos del siglo XVIII se empezó a generalizar su uso y con ello llegaron las primeras confrontaciones, que vinieron de la mano de pontífices. El papa Clemente XII en su encíclica *Christianae reipublicae salus* (25 de noviembre de 1766) advertía del peligro que suponían los libros críticos con la fe. En esta misma línea, Pío VI se refirió a la prensa como derecho monstruoso, de igual modo que Pío VII en su alocución *Diu satis* (15 de mayo de 1800). Más tarde, en la Carta Apostólica *Post tam diuturnas* (28 de mayo de 1814) consideraba: “Es un hecho plenamente constatado: la libertad de prensa ha sido el instrumento principal que ha depravado las costumbres de los pueblos en primer lugar, luego ha corrompido y abatido su fe y finalmente ha soliviantado la sedición, la agitación popular y las revueltas” (Carta apostólica 29 de abril 1814).

A su vez, Gregorio XVI advertía de la grave amenaza que para la fe constituía la libertad de prensa en su encíclica *Mirari vos* (15 de agosto de 1832) y más tarde, en la carta *Inter gravissimas* (8 de junio de 1845). Asimismo, condena la separación Iglesia-Estado, la libertad de conciencia, de culto y de prensa por la que “podían salir a la luz toda clase de escritos” que promovía el liberalismo del momento. En esta misma línea continúa Pío IX y como manifiesta en la encíclica *Quanta Cura* (8 de diciembre de 1864) “reafirma el estilo de denuncia especialmente contra el pensamiento modernista cuyas manifestaciones en prensa consideraba alentadoras para la difusión de libros sin control y un periodismo causa de ruina moral y espiritual de las almas” (Mújica, 2013). Después de años de condena y rechazo hacia la prensa comienza un periodo distinto con León XIII (1878-1903), que valora sus aspectos positivos. En su encíclica *Libertas praestantissimum* (1888) destaca la libertad natural, de ley, gracia sobrenatural, moral, social, de culto. Además, aborda la libertad de expresión y de imprenta, destacando que “resulta casi innecesario afirmar que no existe el derecho a esta libertad cuando se ejerce sin moderación

alguna, traspasando todo freno y todo límite”. A partir de 1900 los católicos participan en la prensa y ven en ella una aliada para llevar el evangelio a los confines del mundo. Así León XIII (1878-1903) en la *Encíclica Providentissimus Deus* sobre estudios bíblicos especificaba que había que “oponer periódicos de alta calidad y católicos frente a los adversarios” (*Encíclica León XIII*: 102). A su vez, autores como Gómez opinan que Pío X (1903-1914) consideraba que “la prensa católica debía ser la armada” y Benedicto XV (1914-1922) en su encíclica *Pacem Dei* (23 de mayo de 1920) entendía que “los periódicos son el instrumento moderno de la predicación” (Gómez, 2014: 397). Pío XI (1922-1939) dio un giro con respecto a los medios de comunicación y se empezaron a utilizar de manera generalizada. El propio Papa ponía en marcha las emisiones de *Radio Vaticano* (12 de febrero de 1931) con un discurso en latín llamado *Qui arcano Dei*, que recordaba el papa Francisco en su primer *Angelus* en la Plaza de San Pedro (Santos y Pérez 2014: 143). Pío XII con la “*Carta Encíclica Vigilanti Cura*” resalta la importancia de la radio y la televisión. Según el Vaticano II (1959), los medios: prensa, radio, televisión y cine resultan de gran importancia para comunicarse y “son maravillosos inventos de la técnica”.

La llegada al papado de Juan XXIII supuso una continuidad en la línea aperturista marcada por sus antecesores y daba un giro a la Iglesia con su frase: “Quiero abrir las ventanas de la Iglesia para que podamos ver hacia afuera y los fieles puedan ver hacia el interior” (Concilio Vaticano II). No obstante, sería Pablo VI mediante el Decreto Conciliar *Inter Mirifica* (4 de diciembre de 1963) el que constituye el primer documento referido propiamente a los medios que establece con motivo de las 37 Jornadas Mundiales para las Comunicaciones Sociales (Decreto 18) (Mújica 2013). En torno de la 37 JMCS (1 de junio 2003), Juan Pablo II recordaba el mensaje de la Encíclica *Pacem in terris* (1963) del Beato Papa Juan XXIII y destacaba la importancia y trascendencia de “los medios de comunicación social al servicio de la auténtica paz, a la luz”. Resalta que “los medios sirven a la libertad sirviendo a la verdad” y “si los medios están para servir a la libertad, ellos mismos deben ser libres y usar correctamente esa libertad.” Juan Pablo II autorizó a sor Judith Zobelein a lanzar la primera web católica oficial del mundo (25 de diciembre de 1995) (Mújica 2013). También con motivo de JMCS (2002) habló por primera vez por *Internet al* que consideró un nuevo foro para la proclamación del Evangelio. No obstante, las redes sociales adquieren gran

relevancia con Benedicto XVI, dado que la Santa Sede (5 de junio de 2008) abrió un canal institucional en YouTube (<http://www.youtube.com/vaticanes/>) con contenidos en cinco idiomas para informar sobre el Papa y la Santa Sede.

En 2010 Benedicto XVI aconsejaba a los religiosos el uso de los medios digitales para la difusión del evangelio. Benedicto XVI ponía on line el portal *news.va* (29 de junio de 2011), que integra todos los medios propios: *Radio Vaticana*, *L'Osservatore Romano*, agencia *FIDES*, el canal de videos de *YouTube*, perfiles en *Flickr*, fans page en *Facebook* junto con las cuentas oficiales en *Twitter*. Asimismo, cambia la visión que se tenía hasta ese momento de los medios de comunicación social y desarrolla el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales (2012),

El papa Benedicto XVI (28 de junio de 2012) marca un hito en la historia al usar un iPad para enviar un mensaje corto vía Twitter en el portal web *news.va* y unos meses después, en diciembre de 2012, se estrenó en Twitter con @pontifex. Una prueba del creciente valor de la comunicación en este sector es el interés de la religión para los medios y las oportunidades que brindan los entornos digitales (Pérez, 2012: 170). Este acontecimiento supuso el inicio de una nueva etapa por parte de la Iglesia católica por querer estar presente en los entornos digitales para llegar a todas las partes del mundo y para desempeñar tareas de evangelización, catequesis, información y pastoral, entre otras actividades. El papa Francisco, según el informe *Twiplomacy 2013* publicado en agosto, era el jefe de Gobierno y de Estado mundial con mayor influencia en *Twitter* entre las 505 cuentas estudiadas (evangelidigitalizacion, 2013) en el periodo objeto de estudio. A últimos de febrero de 2014 sumaba más de 12 millones de seguidores. La Iglesia católica hoy parece que apuesta por los entornos digitales y los medios impresos que, a lo largo de la historia, han cumplido su papel al servicio de la religión, han quedado relegados a un segundo plano en las tareas de evangelización y sólo se limitan a informar sobre la actualidad.

4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

a) Objetivos

La presente investigación tiene como principal objetivo analizar la presencia de la religión católica en los diarios de información general

españoles. Se muestran los aspectos más significativos de una investigación más amplia realizada en la UPV/EHU, que abarca las emisoras de radio y el uso de las redes sociales. Se incluyen los siguientes objetivos específicos.

1. Cuantificar las informaciones sobre la religión católica publicadas en cada diario.
2. Identificar las áreas temáticas en los medios seleccionados.
3. Analizar y comparar la cobertura informativa que realiza cada diario.

Según estos planteamientos partimos de las siguientes hipótesis:

H-1. La información religiosa forma parte de la agenda de los medios. Los medios conceden atención a la Iglesia católica en su conjunto y de manera regular, aunque se centran más en ofrecer la narración de los acontecimientos y ritos.

H-2. La figura del papa Francisco es la temática con más presencia. Porque sus declaraciones y sus actos le alejan de la imagen tradicional del papado, dado que su origen es latinoamericano. Se distancia del perfil marcado por su antecesor y eso suscita interés.

H-3. Entre los contenidos religiosos predominan las noticias negativas, es decir información relacionada con los casos de corrupción, finanzas y abusos en el seno de la Iglesia católica, en detrimento de las acciones buenas.

b) Metodología

El corpus objeto de estudio lo integran las cabeceras de los diarios de información general españoles *El País*, *El Mundo* y *ABC*. En la elección se ha tenido en cuenta su número de lectores, cobertura nacional y la consideración de influencia dominante (Imbert, 1982:143). Todos pertenecen a grupos de comunicación relevantes como Prisa (*El País*), Unidad Editorial S.A. (*El Mundo*) y ABC (Vocento). Además, representan líneas editoriales que recogen todos los espacios sociológicos. Como espacio temporal se ha elegido el periodo comprendido entre 1 de enero de 2013 hasta el 31 de diciembre de 2014. Estas fechas nos permiten analizar los hechos noticiosos relacionados con la renuncia de Benedicto XVI (11 de febrero de 2013) y la elección del nuevo Pontífice Francisco (13 marzo de 2013) al frente de la Iglesia católica.

Como unidad de análisis se contempla cada una de las piezas publicadas en los diarios, con independencia del género periodístico empleado

(informativo, interpretativo o de opinión), siguiendo criterios establecidos por numerosos autores (Camacho, 2009; Marín, Armentia y Olábarri, 2016 y Santos y Camacho, 2017). La búsqueda se ha realizado desde los portales web de los diarios mencionados y se han recogido todos los textos cuyo tema principal es la religión católica y se han descartado aquellos que lo tratan de manera circunstancial. Después de la revisión hemerográfica se han contabilizado 1259 piezas periodísticas distribuidas del siguiente modo: *El País* (n= 853, 67,77%), *ABC* (n= 266. 21,12%), y *El Mundo* (n= 140, 11,11%). Para lograr nuestros propósitos se empleó una metodología cuantitativa. Una técnica apropiada en comunicación fundamentalmente por la fiabilidad que presenta a la hora de realizar investigaciones de contenidos informativos. Un método refrendado por autores como Berelson (1952), Holsti (1962), Bardín (1982), Sierra (1998), Krippendorff (1989), Gaitán y Piñuel (1998) e Igartua (2006). Para el análisis de los textos se diseñó una ficha específica con las siguientes variables: Nombre del diario. Fecha de publicación. Autoría: Redacción, Agencia, Sin identificar, nombre redactor y otros. Género periodístico: Noticia, Reportaje, Entrevista y Opinión. En cuanto a las secciones: Sociedad, Internacional, Nacional, Economía, Religión, Proximidad, Opinión y otros. También se han tenido en cuenta los textos con connotaciones positivas y negativas, es decir aquellas que resultan desfavorables para la Iglesia como son la corrupción o los abusos. Para la categorización temática las noticias se clasificaron atendiendo a los contenidos dominantes recurrentes como son:

1. Reformas. Se incluyen los cambios y traspasos de poder que han tenido lugar en el seno de la Iglesia en diferentes ámbitos.
2. Viajes. Recogen únicamente los desplazamientos realizados por los Papas por el mundo y que por su trascendencia son objeto de interés.
3. Vaticano. Son noticias relacionadas con la organización, el estado como tal, legislación, reuniones, visitas, beatificaciones, nombramientos y actividad en general.
4. Los papas Benedicto XVI y Francisco protagonizan temas como la renuncia, elección, costumbres o su carisma.
5. Finanzas. Relacionadas con aspectos económicos, como presupuestos, el uso de los recursos y los gastos de los programas dirigidos a los más necesitados. También se incluyen los escándalos financieros.

6. En corrupción recogemos contenidos (se exceptúan los de carácter económico) que por su naturaleza han afectado a la Iglesia católica de manera directa o indirecta como es el caso de abusos.
7. En Iglesia española abordamos temas de proximidad como pueden ser el patrimonio, ritos religiosos y nombramientos de cargos de la Iglesia.

Para comprobar la fiabilidad del proceso se tomaron al azar 129 piezas (el 10% de total) que fueron cifradas por dos investigadores de manera independiente y obtuvieron 126 y 125 coincidencias. El coeficiente Kappa de Cohen (K) nos dio una fiabilidad del 0,94% y un porcentaje de acierto del 97,28%, de modo que es un resultado válido (≥ 80), según autores como Landis y Koch (1977: 33) e Igartua (2006: 221).

5. LOS RESULTADOS

Durante el periodo de tiempo analizado se publicaron 1259 piezas que abordan como tema principal la religión católica. El 62,3 % corresponden al año 2013 distribuidas de la siguiente manera: *El País* (n= 620, 78,9%), *ABC* (n= 115. 14,6%), y *El Mundo* (n= 50, 6,3%). En el año 2014 supuso el 37,6 % repartidos: *El País* (n= 233, 49,1%), *ABC* (n=151, 31,8%) y *El Mundo* (n=90, 18,9%).

Cobertura

Como indica la Tabla 1, se publican un mayor número de noticias el mes de marzo (20,2%) tanto en 2013 como en 2014, en todos los diarios (*El Mundo* 44% y 6,6%; *ABC* 28,6% y 11,2% y *El País* 15,5% y 35,1%). Le siguen el mes de noviembre (10,5%) y febrero (8,6%). El incremento de información es lógico, dado que en marzo de 2013 tiene lugar la elección del nuevo Papa (19,1% y 22,1%). Por otra parte, en noviembre (25/11/2014) visita el Parlamento Europeo y la sede del Consejo de Europa, algo que no sucedía desde 1988 con la visita de Juan Pablo II a Estrasburgo. Asimismo, en febrero se produce la renuncia de Benedicto XVI (8,2% y 9,2%). Unos acontecimientos que acaparan gran atención mediática dada su relevancia social y política. Por el contrario, el mes de enero (3,8%) es el que más información se publica en todos los diarios (*El País* 1,7% y 8,5%; *El Mundo* 6 % y 5,5%, y *ABC* 5,2% y 1,9%). Cabe destacar, que los meses de febrero y marzo de 2013 alcanzan el 27,3 % de los textos publicados, porcentaje que se incrementa en 2014 hasta el 31,4%, por lo que se mantiene el interés por la información religiosa.

Tabla 1. Distribución de los textos por meses %

	El Mundo		ABC		El País		Total piezas	Total piezas	Total piezas	Total %
	2013 (50 piezas)	2014 (90 piezas)	2013 (115 piezas)	2014 (151 piezas)	2013 (620 piezas)	2014 (233 piezas)	2013	2014		
	El Mundo	El Mundo	ABC	ABC	El País	El País				
Enero	6	5,55	5,21	1,98	1,77	8,58	20	28	48	3,81
Febrero	14	4,44	6	2,64	8,22	15,45	65	44	109	8,65
Marzo	44	6,66	28,69	11,25	15,32	35,19	150	105	255	20,25
Abril	6	7,77	3,47	7,94	8,06	19,31	57	64	121	9,61
Mayo	6	8,88	1,73	17,21	9,67	4,29	65	44	109	8,65
Junio	2	10	1,73	10,5	8,38	2,14	55	30	85	6,75
Julio	6	7,77	18,26	1,32	9,35	1,71	82	13	95	7,54
Agosto	2	7,77	12,17	7,94	4,51	1,28	43	22	65	5,16
Septiembre	4	10	2,60	7,94	5,32	5,15	38	33	71	5,63
Octubre	6	8,88	2,60	5,29	7,74	3,43	54	24	78	6,19
Noviembre	2	11,11	15,65	20,5	10,96	2,14	87	46	133	10,5
Diciembre	2	11,11	1,73	5,29	10,66	1,24	69	21	90	7,14
Total	100	100	100	100	100	100	785	474	1259	100

Fuente: Elaboración propia.

Género periodístico

En cuanto a los géneros utilizados, predomina un estilo claramente informativo destacando la noticia (89%) sobre los demás, aunque es más significativo en el caso de *El Mundo* (90% y 90%), que en *ABC* (96,5% y 77,4%) y en *El País* (90,4% y 88,4%) (Tabla 2). No obstante, se producen diferencias entre los diarios, así *ABC* en 2014 incrementa los contenidos de opinión: *El Mundo* (2,6% al 18,5%), más que en *El País* (8,5% y 10,2%) y *El Mundo* (8% y 7,7%). La entrevista (1,42%) tiene escasa presencia en 2013, aunque en 2014 se incrementa en todos los diarios: *El País* (0,9% y 8,5%), *ABC* (0,8% y 3,9%) y *El Mundo* (2% y 2,2%). También es reseñable la ausencia de reportajes. Unos resultados lógicos si se tiene en cuenta que los diarios analizados ofrecen información de los acontecimientos periodísticos de actualidad y el género por excelencia es la noticia (Pou, 2008: 570, Cordero, 2006: 107 y Rodrigues, Rodríguez, 2017: 497).

Tabla 2. Género periodístico %

	<i>El Mundo</i>		<i>ABC</i>		<i>El País</i>		<i>Total piezas</i>	%
	2013 (50 piezas)	2014 (90 piezas)	2013 (115 piezas)	2014 (151 piezas)	2013 (620 piezas)	2014 (233 piezas)		
Noticia	90	90	96,52	77,48	90,48	88,41	1121	89,03
Opinión	8	7,77	2,60	18,54	8,54	10,72	120	9,53
Entrevista	2	2,22	0,86	3,97	0,96	8,58	18	1,42
Total	100	100	100	100	100	100	1259	100

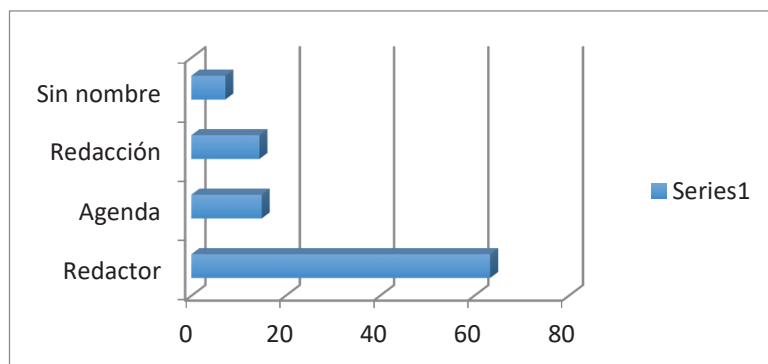
Fuente: Elaboración propia.

Autoría de los textos

En lo que respecta a la autoría de las informaciones, según recoge el Gráfico 1, es reseñable el elevado porcentaje (63,3%) de piezas publicadas firmadas e identificadas con el nombre del redactor o colaborador del diario (*El País* 67% y 71,6%; *ABC* 41,7% y 38,4% y *El Mundo* 8% y 75,5%). Se trata de periodistas especializados que cubren la información religiosa de manera habitual en las redacciones de los diarios como por ejemplo José Manuel Vidal (*El Mundo*), Pablo Ordaz o Juan G. Bedoya (*El País*) y Julián Pérez (*ABC*).

Las agencias informativas tienen una presencia significativa (14,9%), aunque con diferencias: *ABC* (24,7% y 20,5%), *El País* (14,6 y 10,7%) y *El Mundo* (4% y 10%). No obstante, algunos textos que figuran sin autoría, como anónimos o firmados como redacción, posiblemente, proceden de agencias. Unos contenidos que se publican prácticamente sin ninguna intervención por parte de los periodistas que las escriben (Gelado, 2009: 244). Una circunstancia que para Camacho (2009:7) “no queda claro si la información ha sido elaborada por el periodista o –como suele ser lo más habitual en situaciones en las que lo importante es la cantidad y no la calidad de las piezas– por una agencia, siendo la intervención del redactor mínima”.

Gráfico 1. Autoría de los textos % Totales



Fuente: Elaboración propia.

Ubicación

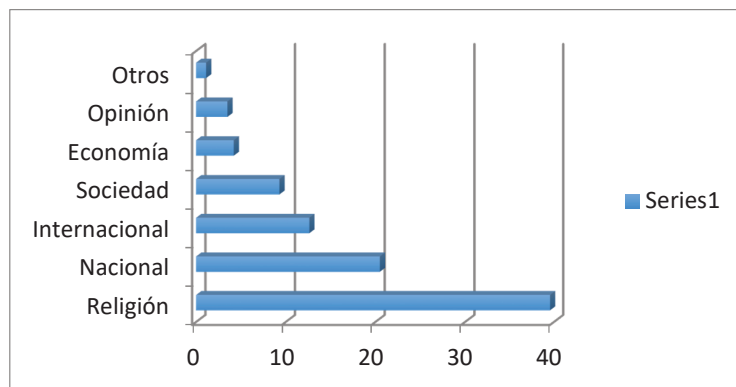
En cuanto a la ubicación de los textos es reseñable que un mismo contenido se presenta en secciones diferentes en los distintos periódicos como, por ejemplo, en la visita del Papa a los inmigrantes en Lampedusa. Mientras *ABC* lo publica en Sociedad: “Visita Lampedusa” (*ABC*, 03/10/2013), *El País* lo hace en Internacional: “El Papa: Es una vergüenza” (*El País*, 03/10/2013). El análisis pone de manifiesto, como indica el Gráfico 2, que la mayoría de las piezas se ubican en la sección de Religión en *El País* (66,4% y 16%), *ABC* (47,8% y 41,1%), mientras en *El Mundo* (16 % y 16,6%) alcanzan porcentajes inferiores pero marcan una tendencia ascendente. Los diarios incluyen textos con una clara vinculación con el hecho religioso, tal es el caso de celebraciones y actos de carácter litúrgico. Gran parte de la información está relacionada con el Vaticano, el Estado como tal, legislación, visitas, beatificaciones y actividad en general de la Iglesia.

En *Nacional* aborda temas de ámbito político, social, cultural, moral vinculados con los acontecimientos religiosos que suceden en España. Un ejemplo es la información de la Conferencia Episcopal. Estos contenidos tienen mayor presencia en *El País* (10% y 58,7%) y en *El Mundo* (12% y 14,4%), mientras que descienden en *ABC* (14,7% y 15,3%).

En *Internacional* incluye la información externa del país donde se publican los diarios, como los viajes de los papas al extranjero, encíclicas y manifestaciones de los pontífices en cuanto se refiere a cuestiones sociales,

política y paz, entre otros contenidos. Ocupan porcentajes elevados en *El Mundo* (44% y 5%), mientras que en *El País* (8,3% y 6,%) y *ABC* (15,6% y 4,3%) son poco significativos. Otras secciones como *Economía* se centran en aspectos como la financiación o los impuestos y alcanzan porcentajes poco significativos (*El Mundo* 4% y 3,3%; *El País* 3,2% y 5,5% y *ABC* (4,3% y 19,2%).

Gráfico 2. Ubicación de los textos % Total



Fuente: Elaboración propia.

Temática abordada

Destaca la temática relacionada con el papa Francisco (25,8%), en todos los diarios, seguido de la corrupción (20,17%) y noticias del Vaticano (18,9%). En 2013 sobresalen los temas del Vaticano en *El País* (29,6%), mientras que en *El Mundo* y *ABC* es la corrupción (34% y 33,9%). En 2014 predomina la corrupción en *El País* y *El Mundo* (49,7% y 36,6%) y las finanzas (19,8%) en *ABC*.

a) Los Papas

El análisis revela que la figura de los Papas son noticia como indica la Tabla 3. No obstante, tiene más presencia el papa Francisco (25,8%) que su antecesor en todos los diarios (*El País* 30,1% y 16,3%; *ABC* 21,1% y 30,1% y *El Mundo* 18% y 21,1%). Benedicto XVI supone un 5,1% (*El País* 3,5% y 5,1%; *ABC* (15,6% y 3,3%) y *El Mundo* 12% y 2,2%).

Durante el periodo analizado se produce un acontecimiento tan relevante como la renuncia de un Papa. La trascendencia de la información se refleja

en los diarios, de modo que Benedicto XVI incrementa su presencia desde el momento de su renuncia (11 febrero 2013) hasta la nueva elección (13 marzo 2013) lo que supone el 27,3% de la información. Unos datos que confirman el interés que suscitó la noticia: enero (2,5% y 5,9%), febrero (8,2% y 9,2%), marzo (19,1% y 22,1%) y abril (7,2% y 13,5%). Asimismo, la mayor atención mediática se llevo a cabo entre el 11 de febrero y el 12 de marzo (25,3%), aunque con diferencias entre los diarios (*El País* 43,3%, *ABC* 20% y *El Mundo* 12,8%).

Destacan los contenidos negativos relacionados con los motivos de la renuncia, sobre todo en *El País* que vincula con su imposibilidad de limpiar la Iglesia de los casos de corrupción. Por ejemplo, “El Papa renuncia para limpiar el Vaticano” (*El País*, 12/02/2013). Otros ejemplos se centran en la elección del nuevo Papa: “Fumata blanca, Habemus Papam” *El Mundo* (14/03/2013), “Habemus Papam: Jorge Mario Bergoglio es el nuevo Papa Francisco I” (*ABC*, 13/03/2013) y “El papa es el argentino Jorge Bergoglio” (*El País*, 14/03/2013).

A su vez, el papa Francisco en su primer mes al frente de la Iglesia católica marca las líneas de su mandato renovador y acapara la actualidad (*El Mundo* 6% y 7,7%; *ABC* 3,4% y 7,9% y *El País* 8% y 19,3%). En poco tiempo su carisma lo convierte en una figura mediática por la importancia y el interés que despierta (*El Mundo* 64,5%; *ABC* 56,7% y *El País* 27,2%). Son noticia sus gestos que destacan por la sencillez y cercanía. Comienza su pontificado con cambios tan significativos como fijar su residencia en Santa Marta, renunciar al papamóvil y a la limusina. Pero también son visibles sus acciones como regalar tarjetas telefónicas para inmigrantes, duchas para vagabundos en la Plaza de San Pedro y sacos de dormir en las parroquias de Roma para proteger del frío a los indigentes, bendecir un loro o las motos Harley como muestran algunos titulares: “El papa Francisco sostiene un loro durante la audiencia general de este miércoles” (*ABC*, 29/01/2014) y “El papa da la bendición a las Harley” (*El País*, 17/06/2013). La emoción está presente en numerosos actos y signos realizados por el Papa Francisco como recoge el titular “La dolorosa historia del enfermo de neurofibromatosis al que abrazó el Papa” (*ABC*, 20/11/ 2013).

En el ámbito político aboga por el diálogo interreligioso y la relación de amistad entre las religiones. Algunos ejemplos: “Jonathan Sacks: Nunca habíamos tenido un Papa tan cercano a los judíos” (*ABC*, 26/05/2014); “El Papa pide respeto mutuo entre cristianos y musulmanes” (*ABC*, 12/08/2013); Media para la paz “El Papa libra una ofensiva por evitar la intervención

militar” (*El País*, 21/05/2013). En julio de 2013 la edición italiana de la revista *Vanity Fair* lo elige como *Hombre del año* presentándolo como ‘el Papa Coraje’ por su visita a la isla de Lampedusa, y en diciembre la revista *Time* lo nombra *Personaje del año* por dar esperanza a millones de personas en el mundo. A su vez ocupa el cuarto lugar en lista *The World’s Most Powerful People* de *Forbes* en 2013 y 2014.

b) La corrupción

La corrupción (21,1%) en el seno de la Iglesia acapara el interés de los diarios (*El País*, 9% y 49,7%; *ABC* 33,9% y 3,3% y *El Mundo* 34% y 36,6%). No obstante, en todos existe una tendencia descendente. Centran los contenidos la corrupción y los abusos en los que resultan de algún modo implicados miembros de la Iglesia o personas relacionadas con ella de países como Francia, Irlanda, Alemania o Estados Unidos principalmente donde los afectados recibieron indemnizaciones millonarias. A partir del 31 de octubre de 2010, Benedicto XVI comienza una nueva etapa con la llamada *tolerancia cero*, que da fin a un periodo de ocultamiento de estas situaciones y se expulsa de la iglesia a los implicados por sentencias eclesiásticas, aunque los tribunales de justicia seguían con los procesos abiertos. Algunos ejemplos: “La moral católica y la corrupción”, (5/11/2013), “El Papa, sobre los abusos de Granada: La verdad no debe esconderse” (*ABC*, 20/01/ 2014); “El tribunal de Derechos Humanos condena a Irlanda por abusos sexuales” (*El País*, 28/01/2014).

c) Vaticano

Las noticias relacionadas con el Vaticano incluyen el Estado como tal, la religión, legislación, reuniones, visitas, audiencias, beatificaciones, nombramientos y actividad en general. Suponen un 16,2 en 2013 y un 7,9% en 2014. Los medios analizados suman los siguientes porcentajes en *El Mundo* (14% y 2%); *ABC* (5% y 13,9%) y *El País* (29,6% y 7,7%). Algunos titulares son: “El Francisco recorta la autonomía al banco Vaticano” (*ABC*, 08/04/2013); “El arzobispo Blázquez sustituye al cardenal Rouco “sin programa” (*El País*, 12/03/2014).

d) Las reformas

Las reformas acometidas en la Iglesia son objeto de atención mediática (10,6%). Aborda la preparación humana, intelectual y espiritual de los religiosos repartidos por todo el mundo (*El Mundo* (14% y 8%); *ABC* (9,5%

y 15,2%) y *El País* (13,6% y 4,5%) como recoge la Tabla 3. Benedicto XVI en 2009 intentó regularizar la situación por la que atravesaba el Banco Vaticano sin conseguirlo. La llegada del papa Francisco marca un nuevo tiempo que acarrea cambios en la Santa Sede. Uno de los más destacados es el del secretario de Estado cardenal Tarcisio Bertone, relacionado con filtraciones de los documentos vaticanos, que es sustituido por el italiano Pietro Parolin. También regula las actividades financieras de la Santa Sede y del Estado de la Ciudad del Vaticano. Asimismo, plantea los desafíos a los que se enfrenta la Iglesia en el siglo XXI en temas polémicos como la homosexualidad manifestando que “si un homosexual buscaba a Dios, él no era quien para juzgarlo” (ABC 2013), Un ejemplo: “La Iglesia mexicana bautiza una niña de un matrimonio de lesbianas” (*El País*, 27/05/2014). Habla del divorcio no como condena, sino como apoyo, además de la presencia de la mujer en la Iglesia, la corrupción y pedofilia.

e) Las finanzas

Los contenidos relacionados con las finanzas alcanzan el 9,4% en los diarios (*El Mundo* 4% y 24%; *El País* 7% y 12,1% y en ABC 6,9% y 19,8%), aunque en todos ellos marcan una tendencia ascendente. En cuanto a las finanzas, el papa Francisco soluciona un problema que arrastraba la administración del Estado Vaticano desde la década de los 80, cuando quebró el banco Ambrosiano en Italia. Con el fin de solventar esta situación nombra una comisión para la investigación y reforma del Instituto para las Obras de Religión (IOR), el llamado Banco del Vaticano, que fue fundado por Pío XII en 1943, con la finalidad de mejorar el uso de los recursos y destinarlos a programas dirigidos a los más necesitados y marginados de la sociedad. Algunos ejemplos son: “El Papa encarga una auditoría de las cuentas del Vaticano” (*El Mundo*, 19/11/2013); “El Vaticano encuentra cientos de millones ocultos” (*El País*, 04/12/2014); “El banco del Vaticano cierra 396 cuentas y bloquea otras 2.000” (ABC, 08/07/2014) y “El Banco Vaticano cuenta con un patrimonio de 769 millones de euros” (*La Razón*, 02/10/2013).

f) Iglesia española

Se abordan contenidos de proximidad (8,2%) en el ámbito de la Iglesia española (*El País* 7% y 4,5%; ABC 2,6 y 13,2% y *El Mundo* 4% y 4,4%). Se centran en los acontecimientos religiosos que repercuten en el entorno más cercano como pueden ser el patrimonio, el lugar de las canonizaciones y

nombramientos de cargos relevantes de la Iglesia. Algunos ejemplos: “Jaén retira la candidatura de la Catedral a Patrimonio Mundial” (*El País*, 30/05/2014); “La catedral de Santiago hace aguas” (*El País*, 7/02/2014).

g) *Los viajes*

Otro tema son los viajes al extranjero (1,8%) que realiza el Papa aunque son tratados con diferencia entre los diarios (*El Mundo* 2 % y 1,1%; *ABC* 4,3% y 0,6% y *El País* 2,2% y 4,2%). El papa Francisco realizó el primer viaje a Lampedusa (8 de julio 2013) y le siguió Brasil (22 al 29 julio 2013) con motivo de las XXVIII edición de la Jornada Mundial de la Juventud en Río de Janeiro. El tercer viaje fue a Tierra Santa (24 al 28 mayo 2014) con visitas a Jordania, Palestina e Israel. Destaca el diálogo con el líder de la Iglesia ortodoxa, su rezo por la paz, las reuniones con el rey Abdalá II, el presidente palestino Abu Mazen, el presidente israelí Simón Peres y el primer ministro Benjamín Netanyahu. También acude a Asia, Daejeon y Seúl (Corea del Sur, 13 al 18 agosto 2014) donde el Papa beatifica 124 mártires. Continúa su periplo en la República Albanesa (22 septiembre 2014) y Estrasburgo (25 noviembre 2014) con presencia en el Parlamento Europeo y la sede del Consejo de Europa donde efectuó una intervención. Otro destino fue Turquía (28 y 30 noviembre 2014) donde acudió como invitado del presidente Recep Tayyip Erdoğan y del patriarca de Constantinopla Bartolomé.

Tabla 3. Temáticas principales abordadas en cada diario %

	<i>El Mundo</i>		<i>ABC</i>		<i>El País</i>		<i>Total piezas</i>	<i>%</i>
	2013 (50 piezas)	2014 (90 piezas)	2013 (115 piezas)	2014 (151 piezas)	2013 (620 piezas)	2014 (233 piezas)		
P. Francisco	18	21,11	21,73	31,12	30,16	16,30	325	25,81
Corrupción	34	36,66	33,91	3,31	7,09	49,78	254	20,17
Vaticano	12	1,11	5,21	13,20	29,67	7,29	234	18,50
Reformas	14	8,88	9,56	15,23	13,06	3,43	138	10,96
Finanzas	4	24,44	6,95	19,86	7,09	4,57	119	9,45
I. España	4	4,44	2,60	13,24	7,09	12,01	101	8,02
P. Benedicto	12	2,22	15,65	3,310	3,54	5,15	65	5,16
Viajes	2	1,11	4,34	0,6	2,25	4,2	23	1,80
Total	100	100	100	100	100	100	1259	100

Fuente: Elaboración propia.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este artículo centra sus objetivos en el análisis del tratamiento que los diarios generalistas españoles otorgan a la religión católica. Su interés se justifica en la necesidad de saber si este tema forma parte de la agenda temática de los medios de comunicación y si responde a la similitud entre las agendas mediática y social que plantea McCombs (2006).

La información referida a la religión católica centra la atención de los diarios estatales por el valor y las características de los acontecimientos que genera. En esta línea, Cordero (2008: 78) plantea que dicha información contiene los ingredientes de la noticia. Además, según Díez (2015: 271) se expresa en el contexto público y los medios no pueden obviarla como hecho noticioso. El análisis de los periódicos muestra que la religión católica es un tema que suscita el interés en la prensa estatal, dado que todos los diarios publican información sobre el tema todos los meses del año y lo hacen desde el punto de vista informativo por lo que prima la noticia sobre los otros géneros (Millán, 1996: 69, Cordero, 2006: 113; Cartes, 2016: 32 y Rodríguez y Rodríguez, 2017: 506). No se aborda la información en profundidad sino que se limitan a informar de los acontecimientos y ritos con datos objetivos sin incluir análisis. Se confirma la hipótesis planteada (H-1) que apunta que la información religiosa es noticia y forma parte de la agenda de los medios, dado que los periódicos analizados la publican todos los meses. También es cierto, que el interés informativo aumenta con eventos específicos como sucede en febrero de 2013 con la renuncia de Benedicto XVI, en marzo con la elección del nuevo Papa y en noviembre de 2014 con la visita al Parlamento Europeo y la sede del Consejo de Europa. Algo que sugiere que la atención de la prensa está condicionada por el interés periodístico del tema y de los procesos de establecimiento de la agenda (La Porte: 2002: 113).

También es destacable el número de textos que aparecen en *ABC* y en *El País* sin autoría. En lo referente a la ubicación de los textos, en *El Mundo* lo publican en la sección de Internacional y Sociedad, mientras que *ABC* y *El País* los sitúan en Religión y Nacional. Una ubicación que puede responder a unos criterios de actualidad en los medios a la hora de considerarlo como noticioso.

Los resultados ponen de manifiesto la escasa presencia de Benedicto XVI en los diarios analizados. No obstante, su renuncia y los motivos que lo condujeron a tomar la decisión lo convierten en noticia pero no alcanza

los porcentajes tan elevados de su sucesor. Durante el tiempo transcurrido desde su renuncia hasta la elección del nuevo Papa la religión adquiere gran protagonismo, dado que entre el 11 de febrero y 12 de marzo acapara el 25,3% del total de la información y en su primer mes el 21,9%. También a partir de este momento el papa Francisco es noticia por sus declaraciones, gestos, acciones y reformas alejadas de la imagen tradicional del papado, convirtiéndolo en protagonista de la actualidad y su perfil se distancia de sus antecesores, como se refleja su presencia constante en los diarios analizados. Después de seis años de Pontificado, según los resultados de la Encuesta Mundial Anual de Gallup International, el Papa encabeza la lista de líderes internacionales, logrando su máxima confianza en Italia, seguido de Filipinas y Colombia. En España su figura continúa resultando positiva para el 75% de los encuestados, mientras que en Arabia Saudí lo valoran de manera positiva el 53% de la población (Encuesta Mundial Anual de Gallup International, 2019). De modo que se confirma la H-2, que proponía que el papa Francisco en la prensa constituía la temática predominante. Se distancia del perfil marcado por su antecesor y eso suscita interés. También es reseñable la coincidencia en todos los diarios en destacar la figura del papa Francisco con porcentajes del 28,1% y 21,9% del total de los textos publicados.

En lo que respecta a las temáticas planteadas, más de la mitad de las piezas publicadas (50,3% y 62,4%) se refieren a aspectos relacionados con la corrupción, el Vaticano y las finanzas. De modo que se confirma la (H-3). Unos contenidos que se incrementan en temas de corrupción (12,7% a 32,4%) y finanzas (6,8% y 13,7%). Hay un predominio de las noticias negativas y las buenas acciones de la Iglesia quedan eclipsadas por estas 'malas noticias'. Es decir prefieren todo lo que significa o genera polémica. Las acciones positivas generalmente no son noticia (espectacularización de las noticias sobre la Iglesia). Asimismo la complejidad de la información religiosa es presentada por los periodistas como una tendencia hacia el conflicto (Pou, 2008: 561). No obstante, las acusaciones y los escándalos ocurridos en el seno de la Iglesia, que han permanecido ocultos han salido a la luz y ahora este conflicto interno sucede ante los medios de comunicación (Plata, 2018). En *El País* prima un enfoque más negativo de los contenidos, hace hincapié en temas como la corrupción (7% al 49,7%) y las finanzas del Vaticano, de modo que es más crítico que los otros diarios analizados, resultados que coinciden con Linares (2017: 150). Asimismo, *El Mundo* destaca los contenidos relacionados

con la corrupción y las finanzas y ABC coincide en abordar la corrupción y la figura del papa Francisco. Unos resultados que sugieren una crisis del modelo actual de la Iglesia, y unas luchas internas de poder, aunque han sido una constante en la historia desde la caída del Imperio Romano de Occidente (siglos IV-V) hasta la Contrarreforma (siglo XVI). En la actualidad se percibe una crisis general de valores y la Iglesia que representaba un modelo ético, se ha derrumbado al salir a la luz escándalos y acusaciones de las que informan los medios de comunicación (Plata, 2018). Asimismo, dedica poca atención a los viajes al extranjero y las noticias referidas al papa Benedicto XVI. Es necesario mencionar que la relevancia que los medios otorgan a ciertos temas influye decisivamente en la opinión pública, dándole una importancia mayor o menor, o enfocándolos en una determinada dirección (Giménez y Berganza, 2009: 5758). Idea que coincide con Dader (1990) al considerar que los medios tienen el poder de definir el grado de un tema.

Cabe destacar, que aunque no son objetivo de este trabajo, serían necesarias otras investigaciones sobre el tema religioso, que profundizaran en perspectivas metodológicas complementarias a la agenda setting, o aspectos temáticos como encuadres o framing, así como abordar el papel del periodista y su posible especialización. También resultaría interesante analizar periodos diferentes con el objetivo de comprobar si se mantiene el interés y continúa formando parte de la agenda de los medios la información religiosa.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amérigo, F. (2007), "Libertad Religiosa, laicidad del estado e inmigración islámica". *Revista de Ciencias de las Religiones*, 21, 51-75.
- Arredondo, S. (2008). "Transmitir y proclamar la religión: una cuestión de propaganda en las crisis de 1635 y 1640". En: *Criticón*, 102, 85-101. <https://doi.org/10.4000/criticon.10429>
- Baessler, J. y Chen, Yi-Fan . (2013). Mapping the Landscape of Digital Petitionary Prayer as Spiritual/Social Support in Mobile, Facebook, and E-mail. *Journal of media and religion*, 12, 1-15. <https://doi.org/10.1080/15348423.2013.760385>
- Bardín, L. (1986). *Análisis de contenido*. Akal. Madrid.
- Bea, F. (1981). *Mezzo secolo della Radio del Papa*. Città del Vaticano. Edizioni Radio Vaticana.
- Beckfort, J. (2003). *Social Theory and Religion*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511520754>
- Beltrán, M. (1985). "Cinco vías de acceso a la realidad social". *Reis*. En: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 29,7- 41. <https://doi.org/10.2307/40183084>

- Benedicto XVI (2010), Ex. Ap. *Verbum Domini*, n. 113.
- Berenice, K.. (2014). “Iglesias y grupos espirituales para la diversidad sexual y de género en México: intersecciones sobre religión y género”. *Revista Estudios Sociales*, 49,33- 46. <https://doi.org/10.7440/res49.2014.03>
- Berelson, B. (1952), *Content Analysis in Communication Research*. Free Press.
- Blanco, P. (2018). Words and Silence: The Relationship between Benedict XVI and the Media, Church. *Communication and Culture* 3 (2):87–105. <https://doi.org/10.1080/23753234.2018.1478228>
- Bravo, F. (2009). “Islamofobia y antimusulmanismo en España: el caso de César Vida”. *Estudios Internacionales Mediterráneos*, 8, 47-72.
- Camacho, I. (2009): “La ‘gripe A’, en la prensa española”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 827-843. <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-865-827-843>
- Camacho, I. y Ayestaran, A. (2013). “Tratamiento informativo de la nueva ley antitabaco en la prensa española”. En: *Estudios sobre Mensaje Periodístico* 19 (2), 649- 665. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43464
- Campbell, H. (2010). *When religion meets new media*. Routledge, New York. <https://doi.org/10.4324/9780203695371>
- Cartes, M. J. (2016). “La canonización de Juan XXIII y Juan Pablo II. Tratamiento informativo en la prensa española”. *Sphera Publica*, 2, (16), 24-38
- Casellas, J. (1997). “Las radios católicas i ecuméniques a l’Europa l’atina”. Tesis doctoral Universidad Autónoma de Barcelona, España, 74- 75.
- Centro De Investigaciones Sociológicas (CIS) (2013). Estudio 3008. Consulta 23 enero 2018. Recuperado de: http://datos.cis.es/pdf/Es3008mar_A.pdf .
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). (2014). Estudio 3047. < Consulta 23 enero 2018. Recuperado de: http://datos.cis.es/pdf/Es3047mar_A.pdf
- Colombo, F. (1997). *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona, Anagrama.
- Contreras, D. (2004). “La Iglesia católica en la prensa. Periodismo, retórica y pragmática”. Eunsa, Pamplona.
- Cordero, F. (2006). “El tratamiento del papa Benedicto XVI en los géneros informativos de la prensa española”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12,103-114.
- Cordero, F. (2007). “Aproximación al hecho religioso en la agenda informativa de la prensa española”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 353-368.
- Cordero, F. (2008). “Análisis y perspectiva de la información religiosa especializada”. En: *Revista Ámbitos* 17, 75-87. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2008.i17.05>
- Coronado, D. (2015). “El papa Francisco y su presencia en los medios: Análisis de su representación en la prensa española”. Tesis doctoral, Universidad de Málaga. Recuperado el 23 de mayo de 2016.
- Dader, J. L. (1990). La canalización o fijación de la agenda por los medios. En VV AA, *Opinión pública y comunicación política* (Coords. Muñoz Alonso).
- Díez, M. (2006). *La información religiosa. Hacia una naturalización del periodismo religioso en los medios*, Srampickal, J.; Mazza, G. y Baugh, L. (2006. *CrossConnections*. Interdisciplinary Communications Studies at the Gregorian University. Roma, Pontificia Università Gregoriana.

- Diez, M. (2015). "Perfil del informador religioso especializado en el Vaticano". *Palabra Clave*, 18 (1), 258-275. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.1.11>
- Donaire, F. (2004). Elementos nucleares de la información religiosa. En Cantavella, J., Serrano, J. (eds) *Católicos en la prensa*. Madrid: Libros libres.
- Fernández Del Moral, J. (1991). *Información periodística especializada*. En Benito, Á. (dir.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la comunicación*. Madrid: Paulinas,
- Fontana J. (1992). *La historia después del fin de la historia*. Barcelona. Crítica.
- Galdón, G. (2006). *Teoría, pragmática y pedagogía de la Información religiosa. Papeles de información Religiosa*. CEU Ediciones, nº 1.
- Gaitán, M. y J. A. y Piñuel, J. L (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Gelado, R. (2009). "La dependencia de la prensa española hacia las agencias de noticias". En: *Comunicación y Sociedad*. XXII, 2, 243-275.
- Giménez, P. y Berganza, M.R. (2009). *Género y medios de comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del framing*. Madrid. Fragua.
- Gómez, J. L., y Carratalá, A (2014). "Periodismo católica contra las reformas republicanas sobre enseñanza (1031- 1933)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (1), 395- 411. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45239
- Gómez, S. (2009). "Entretenimiento y fe en las ondas. Las emisiones religiosas de Radio Nacional de España durante el primer franquismo (1939-1959)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 261-276.
- Gutiérrez, M. y Huertas, A (2003). "La programación de las radios generalistas en España". *ZER: Revista de estudios de comunicación*, 15, 117-135.
- Holsti, R. (1962). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, M.A.
- Huertas, A. y Luna, M. (2017). "Religión y consumo mediático de las mujeres musulmanas del norte de África con experiencia migratoria" . *Prisma Social*, 2, 83-103.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Imbert, G. (1982). "La presse d'influence dominante et la production du réel: à propos de "El País". En: *Papers: Revista de Sociologia*, 18, 139-159. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v18n0.1328>
- Izquierdo, V. (2014). "Análisis de la información artística en los medios escritos generalista españoles" (El País, El Mundo y ABC). En: *Revista Estudios Mensaje Periodístico*, 20 (2), 1121-1130. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47053
- Krippendorff, K (1989). *Content Analysis. An introduction to its Methodology*. SAGE publications, Inc.
- Landis, J. R. y Koch, G. (1977). "The measurement of observer agreement for categorical data". *Biometrics*, 33, 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- La Porte, J. M. (2002). *La lógica informativa en las noticias sobre la Iglesia*. En Castañeda-Cociña (coord.) *Iglesia y Sociedad de la Comunicación*. Córdoba: Publicaciones Caja Sur, 113-124.

- Linares, S. (2017). *La Iglesia católica en los medios de comunicación y su reflejo en la sociedad española. Plan de acciones comunicativas para mejorar su imagen*. Tesis doctoral. UCAM.
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Mancilla, A. (2011). (2011). “La representación de la religión en el espacio público entre los líderes religioso minoritarios en Mexico. Entre deseo de reconocimiento y exigencias de participación”. En: *Revista de Estudios Sociales*, 39, 80-94. <https://doi.org/10.7440/res39.2011.07>
- Manrique, C. A. 2019. “Religious Practices, State Techniques and Conflicted Forms of Violence in Colombia’s Peacebuilding Scenarios”. *Revista de Estudios Sociales* 67: 56-72. DOI: <https://doi.org/10.7440/res67.2019.05>.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Marcelan, J. A. (1999). *La Iglesia en la prensa de España*. Editorial: Edibesa, Madrid.
- Millán, J. (2006). “Los documentales de contenido religioso en la RAI. Análisis desde la iconología audiovisual”. *Comunicación y Sociedad* XX, 1,67.102.
- McCombs, M., y Reynolds, A. (2002). *News Influence on Our Pictures of the World*. In J. Bryant, y D. Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (2nd ed., 1-18. Mahwah: LEA
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Miller, S. (1935). Radio and Religion. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 135-140. <https://doi.org/10.1177/000271623517700120>
- Miras, J. (2004). “¿Intromisión religiosa en el ámbito político? Notas sobre el derecho de la Iglesia a pronunciarse acerca de cuestiones que afectan a la vida pública”. En: VV.AA., *Cristianos y democracia*, Pamplona, 97-122.
- Montero, M. D. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Bellaterra: Labor.
- Montoya, L. (2014). “Estrategias de evangelización y catequización de las misioneras Lauritas en el Occidente Antioqueño (1914-1925)”. En: *Revista de Estudios Sociales*, 51, 118- 131. <https://doi.org/10.7440/res51.2015.09>
- Moreno, P. (2000). “Los géneros periodísticos en la actualidad internacional”. *Revista Ambitos* 5, (2), 169-190. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2001.i05.09>
- Mújica, J. E.. (2013). La iglesia y los medios de comunicación. *Zenit*. Recuperado de: <http://www.zenit.org/es/articulos/la-iglesia-y-los-medios-de-comunicación>
- Nunes, A. P., Mariz, C. y Faerstein E. (2016). “Saúde, Religião e Trânsito Religioso: Estudo Pró-Saúde”. *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, 59 (4),1241-1274. <https://doi.org/10.1590/001152582016112>
- Núñez, L.. (1991). *Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el contexto y el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona. Ariel.
- Peña, P. y Pascual, A (2013). “Redes sociales en la radio española. Facebook, Twitter y Community Management”. En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 18 (35), 123-144.
- Pérez, F.J. (2012). “Los medios y la religión en el contexto de la nueva evangelización”. En: *Revista Scripta Theologica*, 44, 169185.

- Pérez, J. L. (2010), *La proyección del pluralismo religioso en los medios de comunicación, en Medios de comunicación y pluralismo religioso*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Pérez, F. J. (2019). “Los medios, los papas y la comunicación del Vaticano entre Benedicto XVI y Francisco (2007–2017)”. *Church, Communication and Culture*, 4 (1), 61-78. <https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1566746>
- Pérez, J., Santos, M. T. (2014). “Evangelizar desde las redes sociales. El caso de los cardenales en Twitter”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (1), 211-227. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45228
- Pérez, J., Santos, M. T. (2017). “Redes sociales y evangelización: el caso de las diócesis españolas en Facebook”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23 (2), 1369-1381. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58050>
- Picazo, M. (2014). *El discurso religioso como ideología y su reflejo en los medios de comunicación*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia.
- Pío XI. (1931). Recuperado de: <https://w2.vatican.va/content/pius-xi/es/speeches.index.html>
- Pío VI Pío VII. (1814). Post Tam Dinturnas *Carta apostólica dirigida a Mons. Boulagne, sobre la Constitución de 1814*. Recuperado de: <http://www.catolicosalerta.com.ar/magisterio-iglesia/post-tam-dinturnas.html>.
- Pío XI. (1931). Discursos.
- Pío VI Pío VII. (1814), Post Tam Dinturnas *Carta apostólica dirigida a Mons. Boulagne, sobre la Constitución de 1814*.
- Pittaro, G. (2012). *La religión en la información: Benedicto XVI en la prensa argentina de referencia*. Tesis Doctoral.
- Plata, W. (2018). “Tiene salida la crisis de la Iglesia católica?”. *Razón Pública* 24/10/2018 en <http://www.redescristianas.net/tiene-salida-la-tesis-de-la-iglesia-catolica-william-plata/>
- Pou, M. J.. (2008). “El hecho religioso y su tratamiento periodístico: limitaciones y dificultades”. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 561-573.
- Pou, M. J. y Sahuquillo, F. (2016). “El discurso ambientalista de Benedicto” “XVI y Francisco en la prensa española a partir de la publicación Laudato Si”. *Sphera Publica*, 1(16), 132-149.
- Rodríguez, M. y Rodríguez, R.. (2017). “The media and minority religions in Spain: judaism, islam and protestantismo”. *Obets Revista de Ciencias Sociales*, 12 (2), 489-513. DOI: <http://10.14198/OBETS2017.12.2.07>.
- Rojo, J. M.. (2006). “Evangelización y medios de comunicación, Hacia una radio misionera”. En: *Reflexiones* 85, Santo Domingo, 49- 61
- Sánchez, J. S., Díaz, P. M. y Ormaechea, S. L. (2013). “El impacto de la renuncia al pontificado de Benedicto XVI en la prensa generalista de carácter nacional. El día después”. *Sphera Publica*, 1(13), 19-37.
- Sánchez, M. I. (2001). (2001). *Historia de la COPE (1959- 1983), Una radio diferente*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Sánchez, P. y Padilla, G.. (2013). “La importancia del tratamiento de la religión en medios de comunicación. El caso del Islam en España”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 449457. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42052

- Sánchez, L., Megías, I. y Rodríguez, E. (2004). *Jóvenes y publicidad. Valores en la comunicación publicitaria para jóvenes* (FAD). Madrid. Injuve-FAD.
- Sánchez, F. y Francisco X. (2012). “Abramos las ventanas de la Iglesia” A 50 años después de Vaticano II. *Vida Pastoral*. Recuperado de: http://www.vidapastoral.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=157.
- Santos, M. T. y Pérez, J. Á. (2014). “Las radios católicas españolas. Historia, desarrollo y programación”, *Revista de Estudios Sociales*, 50, 140-154. <https://doi.org/10.7440/res50.2014.14>
- Serrano, J. F. (2004). “Información religiosa especializada”. En Fernández Del Moral, J. (Coord.). *Periodismo especializado*, Barcelona: Ariel, 397-418.
- Sierra, R. (1998). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid. Paraninfo.
- Twiplomacy. (2013). El papa Francisco es el más influyente en Twitter. Recuperado de: <http://evangelidigitalizacion.blogspot.com.es/2013/08/el-papa-francisco-es-el-mas-influyente.html>.
- Vargas, R.. (2013) Papas que renunciaron al pontificado (De Enciclopedia católica). Disponible en http://ec.aciprensa.com/wiki/Papas_que_renunciaron_al_pontificado Recuperado el 16 febrero 2019
- Vargas, A.. (2016). “Prensa escrita y religión en República Dominicana: estudio comparativo del comportamiento de la información religiosa en tres diarios”. *Ciencia y Sociedad*, 41 (4), 691-720. <https://doi.org/10.22206/cys.2016.v41i4.pp691-720>
- Williams, R. H. (2003). “Religious Social Movements in the Public Sphere: Organization, Ideology and Activist”. *Handbook of the Sociology of Religion*, Cambridge University Press: 315- 330. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807961.022>
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

Encíclicas

- Encíclica *Christianae reipublicae salus* de Clemente XIII. (1766).
- Encíclica *Christianae Reipublicae Salus* De Clemente XIII. (1766).
- Encíclica *Mirari Vos Gregorio XVI*. (1832).
- Encíclica *Libertas Praestantissimum*. (1888). Sumo pontífice león XIII sobre la libertad y el liberalismo.
- Encíclicas Papales 1878- 2009. (2013).
- Encíclica *Laborem Exercens* Juan Pablo II. (2012). Concilio Vaticano II, Constitución Pastoral Sobre La Iglesia en el Mundo Actual *Gaudium Et Spes*, 34.
- Encíclica *Christianae reipublicae salus* de Clemente XIII. (1766). Recuperado de: <http://w2.vatican.va/content/clemens-xiii/es.html>.
- Encíclica *Mirari vos Gregorio XVI*. (1832). Recuperado de: <http://es.slideshare.net/GHCCSS/mirari-vos-resumen->
- Encíclica *libertas praestantissimum* (1888). Sumo pontífice león XIII sobre la libertad y el liberalismo. Recuperado de: https://w2.vatican.va/content/leo-xiii/es/encyclicals/documents/hf_lxiii_enc_20061888_libertas.html
- Encíclicas papales 1878- 2009. Recuperado de: <https://laverdaderalibertad.files.wordpress.com/2013/01/enciclicas.pdf>

Encíclica *Laborem exercens* Juan Pablo II. (2012). Concilio Vaticano II, Constitución pastoral sobre la Iglesia en el mundo actual *Gaudium et spes* n.º34. Recuperado de: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_sp.html

NOTAS BIOGRÁFICAS

MARÍA TERESA SANTOS DIEZ

Es Doctora en Ciencias de la Información. Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Periodismo II, de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación UPV/EHU. Las líneas de investigación se centran en medios locales (prensa, radio, televisión), comunicación, salud y redes sociales. Es autora de una docena de libros y numerosos artículos en revistas indexadas.

JESÚS PÉREZ-DASILVA

Es profesor en el Departamento de Periodismo II de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y autor de una veintena de artículos científicos publicados en revistas indexadas. Es miembro del grupo consolidado Gureiker y participa en varios proyectos de investigación donde estudia la transformación digital del periodismo. Sus últimos trabajos están relacionados con la audiencia, la interactividad y las redes sociales.

