



**Universidad**  
Zaragoza

## Trabajo Fin de Grado

La cobertura mediática de la persecución y asesinatos  
a cristianos en Nigeria (El País y Alfa y Omega 2023)

Media coverage of the persecution and murders of  
christians in Nigeria (El País and Alfa y Omega 2023)

Autor/es

**Celia Andreu Pascual**

Director/es

**Maite Gobantes Bilbao**

Facultad de Filosofía y Letras

2024

## **RESUMEN**

El presente Trabajo Fin de Grado pretende estudiar la cobertura mediática de las persecuciones y crímenes a cristianos en Nigeria. Si son cubiertos de igual manera por los medios religiosos y generalistas. Se realiza un análisis cuantitativo de contenido y una comparación entre medios para ver si se informa de estos sucesos o no y analizar, en la medida de lo posible, el porqué. En concreto, he analizado cómo abordan este tema dos medios de muy diferente ideología: *Alfa y Omega* y *El País*.

## **PALABRAS CLAVE**

Cristianos, persecución, asesinatos, información, religión, verdad.

INTRODUCCIÓN.....	4
1. CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS DEL PERIODISMO .....	6
1.1. LOS ORÍGENES.....	6
1.2. CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD .....	8
1.3. CUESTIONES DE SUBJETIVIDAD.....	10
2. CAPÍTULO 2. DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA: DE LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS A LOS TEXTOS PONTIFICIOS .....	14
2.1. APROXIMACIÓN TEÓRICA A LA ÉTICA PERIODÍSTICA.....	14
2.2. TEXTOS PONTIFICIOS CERCANOS A 2023.....	17
2.3. CONSIDERACIONES FINALES .....	21
3. CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE CASO: PERSECUCIÓN DE CRISTIANOS EN NIGERIA 2023 .....	23
3.1. BREVE HISTORIA DE LA REPÚBLICA FEDERAL DE NIGERIA.....	23
3.2. ANÁLISIS DE CASO: ALFA Y OMEGA, EL PAÍS.....	24
CONCLUSIONES.....	40
BIBLIOGRAFÍA .....	42

# INTRODUCCIÓN

El presente trabajo fin de grado se ocupa de unos hechos ocurridos en Nigeria. A saber, las persecuciones y asesinatos de cristianos, sacerdotes y seglares, en Nigeria durante el año 2023.

No se puede entender la civilización occidental, pero en concreto y con seguridad, la española, sin el catolicismo. Aunque soy consciente de que desde hace varias décadas la influencia se está debilitando, debido a causas cuyo análisis excede los límites de un trabajo como el presente, entiendo que el tema no carece de interés.

Comenzaré estudiando los principios esenciales que deben guiar el periodismo como son: la veracidad, la independencia, el interés público y el pluralismo. Junto a esto trataré de responder a la pregunta ¿qué convierte un hecho en noticia? De esta manera mostraré cómo los medios deciden qué es un hecho noticioso, qué es relevante para la ciudadanía, la cual no recibe toda la información, sino la que los medios deciden transmitir, de ahí la importancia del asunto. Esto lo enlazaré con las razones profundas del interés informativo, es decir, por qué las personas sienten interés en la información y en mantenerse informadas.

A continuación, abordaré cuestiones relativas a la deontología periodística. Asimismo, desarrollaré la importancia de la ética en el periodismo, y trataré temas como la obligación de los periodistas de transmitir una información veraz, y el derecho de los ciudadanos a recibirla. En este mismo capítulo estudiaré también textos pontificios cercanos al 2023, me centraré en hacer un recorrido por los mensajes que emite el papa Francisco cada año, dirigida a todos los periodistas, el 24 de enero en la jornada mundial de las comunicaciones sociales.

En el siguiente capítulo se realizará un análisis de caso: analizaré la persecución y los asesinatos de cristianos en Nigeria en 2023. El objetivo será verificar la presencia, o no, de noticias sobre las matanzas en Nigeria en prensa católica y en prensa generalista. La hipótesis de partida es que los medios generalistas de izquierdas no cuentan las persecuciones y muertes de los cristianos en el mundo.

Comenzaré contextualizando, con un breve resumen de la historia de la República Federal de Nigeria y continuaré con el análisis de contenido, centrándome en dos medios: *Alfa* y *Omega* y *El País*.

## 1. CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS DEL PERIODISMO

### 1.1. LOS ORÍGENES

Antes de adentrarnos en nuestro análisis de caso y, en general, en cualquier análisis relativo a la información y a los medios de comunicación, parece conveniente aclarar unas nociones básicas.

Comenzamos con los fundamentos del periodismo, es decir, con los principios esenciales que deben guiar la profesión del periodismo, aquellos que son la base para la construcción de un periodismo responsable y de calidad.

Algunos de estos aspectos son: la veracidad, la independencia, el interés público y el pluralismo.

La veracidad tiene que ser la base del periodismo, la información que proporcionan los periodistas debe ser veraz. Para ello, es imprescindible verificar y contrastar la información de manera precisa y objetiva. Lippmann, periodista y teórico de los medios, analizó en su obra *Public opinion*, de manera crítica, el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y la democracia. Lippmann argumentó que los medios de comunicación tenían la responsabilidad de proporcionar información precisa y veraz. Y que, de esta manera, los ciudadanos, pudiesen formar su opinión y tomar decisiones informadas.

Los periodistas deben poder ser independientes y tener libertad. Deben tener criterio y mantener una distancia crítica con los intereses políticos, comerciales y personales. El interés público se deben identificar temas relevantes y significativos como el pluralismo, la responsabilidad, transparencia y respeto a los derechos humanos entre otros muchos.

Todos estos temas fundamentan el periodismo, y sin ellos no se pueden cumplir las funciones que se han considerado tradicionalmente las funciones de los medios de comunicación: informar, formar y entretener.

Castelli propone “definir al periodismo como la función social de recoger, codificar, transmitir en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad social, con una triple finalidad: informar, formar y entretener” (1996, p.14).

Tradicionalmente, la función fundamental del periodismo ha sido informar, pero de la multitud de hechos y temas que suceden, que son inabarcables, tan solo unos pocos son noticia, y ahí radica la responsabilidad del periodista que debe elegir qué es realmente noticia, qué se debe publicar y qué temas hay que dejar atrás.

A esto hay que añadir los nuevos canales de comunicación que han ido apareciendo: dos de cada tres españoles usan Internet para informarse. Estos porcentajes son mayores cuanto más jóvenes y cuanto más formados están los usuarios. Estamos viendo como los nuevos canales se generalizan y los canales tradicionales van perdiendo peso, no solo por el paso del tiempo, sino también por el relevo generacional. Los medios de comunicación están ante un reto ineludible que es la reconversión digital de sus modelos de negocio además de la innovación de contenidos, estructuras y formatos (Palomo y Palau, 2016, s.p.) para sobrevivir en el nuevo ecosistema de la información y la comunicación.

La segunda función es formar. Es decir, además de transmitir la información se debe intentar que el receptor de la noticia genere un pensamiento crítico propio. En la actualidad esto es algo complicado, ya que la tendencia de todos es informarnos en los medios que piensan como nosotros, lo que hace difícil una visión objetiva y crítica.

Según Van Dijk (1997) los ciudadanos nunca acuden al periódico a informarse sino a corroborar la opinión del mundo que ya tiene porque necesita reforzar su relación de pertenencia al grupo. Las noticias no solo hablan de eventos, hechos, situaciones, también nos dicen quienes somos dentro de ese contexto y nos posicionan en él.

## 1.2. CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD

Pero ¿qué convierte un hecho en noticia? A simple vista parece una cuestión sencilla de responder, según lo que acabamos de ver, en un primer análisis y sin profundizar demasiado, las características que debe tener un hecho para ser una posible noticia serán objetividad, realidad e influencia ¿Cuál es el problema? El problema es que la realidad es muy amplia, mucho más de lo que el periodista cuenta, aunque el periodista construya la realidad sin dar su opinión, en ocasiones da más importancia a unos hechos u a otros, pone el énfasis en un determinado matiz u omite algún detalle, creando lo que podemos denominar *pseudorealidad*.

Walter Lippmann utilizó este término en su libro *Public Opinion*, para explicar que la prensa habla de hechos y realidades, lo que significa que no puede abarcar toda la realidad que existe, es decir, hay mucha más realidad de lo que los medios cuentan. La realidad que transmite la prensa es lo que denominó *pseudorealidad*.

Laporta, por su parte, en *Ética de la comunicación audiovisual, recopilación de textos y artículos sobre ética en la sociedad mediática*, explica que “la función de los medios, tanto al obtener por sí mismos, como al seleccionar información consiste en producir en primer lugar un reflejo de la sociedad, pero se trata de un reflejo selectivo operado de acuerdo con unos criterios latentes o explícitos que tiene como función descartar mensajes posibles, datos reales u opiniones vivas”. Así mismo añade que “La función de los medios consiste en producir un reflejo de la realidad social, pero se trata de un reflejo selectiva”, (Laporta, 1999, p. 40).

Según Laporta, se le otorga a la prensa el valor de seleccionar qué es lo importante de todo lo que ocurre en la realidad, creando así la prensa, la *pseudorealidad*. Los medios de comunicación intentan reflejar aspectos de la realidad social, y esto lo hacen a través de procesos selectivos que pueden estar influenciados por intereses de todo tipo: económicos, comerciales, políticos, etc. De esta forma se podría discutir si los medios seleccionan y representan algunos aspectos de la realidad y esto afecta la manera en que percibimos el mundo que nos rodea (ibídem). Esta sería una primera aproximación sobre la importancia de la objetividad, la diversidad de puntos de vista y la transparencia en los medios de comunicación como elementos necesarios para promover una representación más completa y equitativa de la realidad social.

Pero ¿qué convierte un hecho en noticia? Antes de avanzar en la respuesta a esta cuestión, deberíamos definir dos conceptos fundamentales que resultan imprescindibles para dar una respuesta coherente: información e interés.

Estos dos conceptos, información e interés, están estrechamente relacionados en el contexto de la comunicación y la percepción humana. Una primera definición general de ambos términos sería la siguiente:

- Según Idalberto Chaveniato, información “es un conjunto de datos con significado, es decir, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo. En verdad la información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a nuestras decisiones” (2006, p.110).
- El interés podría definirse como una inclinación o predisposición del sujeto hacia determinadas cosas, objetos, eventos o sucesos que por eso resultan de su interés. En su constitución entran en juego factores emocionales, actitudinales y cognitivos (DuPont, 1984, s.p.).

Juan Ramón Muñoz Torres (2002, p.33) subraya que la *información* es un término tan profusamente utilizado como ambiguo. Continúa explicando que, a pesar del origen culto de esta, ha pasado a utilizarse como sinónimo de conocimiento, dato, referencia, noticia, comunicación, señal electrónica, etc.

Muñoz Torres, en su obra *Por qué interesan las noticias*, ofrece distintas concepciones del término información, de distintos autores y de diferentes disciplinas. Muñoz Torres entiende por información: “el sentido que emana de la representación narrativa de vida humana” (2002, p.52). Esta definición de información hay que entenderla como una peculiar forma de conocimiento, ya que es un doble conocimiento, por un lado, un conocimiento mediado, es decir, llega a través de otro y, por otro, es un conocimiento práctico.

El segundo término, *interés*, no resulta tan sencillo de definir. El periodista y teórico Carl Waren, llega a afirmar que “es tan difícil de definir como la naturaleza humana” (1951, p. 241). Para él “es un reflejo de los rasgos humanos, una revelación de los instintos humanos en acción” (ibídem). Esta definición parece de lo más acertada porque se resalta

la referencia directa de la afectividad, es decir a la parte emocional. Continúa explicando que todos a través de nuestra experiencia personal sentimos orgullo, piedad, envidia, simpatía, tristeza o alegría y que esto, no es exclusivo de las chicas o de las ancianas sensibles, sino que también los hombres, incluso los de mente cuadrada, tienen una batería emocional con la que reaccionan.

Una vez delimitados los dos términos pasemos a ver su relación:

- La información puede despertar interés cuando satisface una necesidad específica de conocimiento o responde a una pregunta que la persona tiene.
- La información que es relevante para una persona tiende a captar más su interés. La relevancia puede basarse en la cercanía geográfica, emocional, la utilidad práctica o el impacto potencial en la vida del individuo.
- La información puede despertar la curiosidad natural de las personas, lo que aumenta su interés en aprender más sobre un tema en particular.
- El valor percibido de la información determina el nivel de interés que genera. Si una persona considera que la información es valiosa o útil para sus intereses personales, es más probable que esté interesada en ella.
- Las experiencias previas y las emociones asociadas con ciertos temas pueden influir en el nivel de interés que alguien muestra hacia la información relacionada con esos temas.

En resumen, la información y el interés están conectados en la medida en que la información relevante y valiosa para un individuo tiende a despertar su interés y captar su atención. La percepción del valor y la utilidad de la información juegan un papel importante en determinar cuánto interés genera en las personas.

### **1.3. CUESTIONES DE SUBJETIVIDAD**

En este punto del análisis, podríamos preguntarnos por las razones profundas del interés informativo, es decir, por qué las personas tienen un interés en la información y en mantenerse informadas. Este tema es bastante más amplio y está relacionado con aspectos psicológicos, sociales y culturales. El interés informativo está arraigado en las necesidades humanas fundamentales de conocimiento, relevancia, identidad, control, emociones y verdad. Estos motivos profundamente arraigados impulsan a las personas a

buscar y valorar la información de calidad que les permita comprender mejor el mundo y tomar decisiones informadas.

Las claves para entenderlo podrían ser, en primer lugar, la necesidad humana de conocimiento, es decir, la curiosidad y la búsqueda de conocimiento son características humanas fundamentales. Las personas buscan entender el mundo que las rodea y satisfacer su necesidad intrínseca de aprender y comprender. Otra clave sería la toma de decisiones, la información es crucial para tomar decisiones informadas en la vida cotidiana. Desde decisiones personales hasta profesionales y políticas, la información ayuda a evaluar opciones y sus posibles consecuencias. Así mismo estar bien informado puede proporcionar una sensación de seguridad y control sobre situaciones diversas. Saber lo que está sucediendo en el entorno permite a las personas anticipar y prepararse para eventos futuros. Otra clave sería la adaptación al cambio ya que vivimos en un mundo dinámico donde las cosas cambian constantemente. Estar informado ayuda a adaptarse a estos cambios y a entender cómo evoluciona nuestro entorno.

No podemos obviar que la información moldea las opiniones y creencias de las personas. El acceso a diferentes perspectivas y hechos puede influir en cómo se forman las opiniones sobre temas importantes, a lo que hay que añadir que estar al tanto de la información facilita la participación en la sociedad. Desde discusiones locales hasta debates globales, la información es clave para involucrarse y contribuir de manera significativa.

Y, para finalizar, conviene destacar que las noticias frecuentemente despiertan emociones como la empatía, la indignación, la esperanza o el miedo. Estas respuestas emocionales contribuyen al interés en seguir ciertos temas o historias, el interés humano que hemos explicado.

Y, ahora, sí podríamos contestar a la pregunta: podríamos decir que un hecho se convierte en noticia cuando cumple con unos criterios, con unos elementos clave.

Carl Warren propuso una de las primeras y más extendidas clasificaciones en torno a los factores que debe reunir un hecho para ser considerado noticia. Escribió un manual de periodismo titulado *Géneros Periodísticos Informativos*, publicado en 1975. Es posible que algunos conceptos y nociones que utiliza hayan perdido actualidad o importancia debido a las innovaciones tecnológicas y al uso de las redes sociales. Sin embargo, su

propuesta continúa teniendo cierta validez. Estos elementos serían: actualidad, proximidad, trascendencia o consecuencia, relevancia personal, suspense, rareza, conflicto, sexo, emoción y progreso.

Según su propuesta, tales elementos pueden resumirse en diez factores generales:

- Actualidad, las noticias son acontecimientos recientes o en desarrollo que captan la atención debido a su novedad, es decir la temporalidad es esencial. Pero también se refiere a la oportunidad de que el hecho ocurra en el momento adecuado para su publicación por eso no se debe confundir la actualidad con novedad ya que son dos conceptos diferentes. Un acontecimiento puede ser actual, pero puede ser o no nuevo. La novedad también es importante, aunque no tiene el mismo peso que la actualidad.
- Proximidad, la cercanía geográfica o emocional del hecho con el público receptor puede aumentar su relevancia: las noticias locales suelen tener más impacto en una comunidad específica.
- Consecuencias, este factor está estrechamente vinculado a la actualidad y a la proximidad. Se encuentra en aquellas informaciones que afectan en la sociedad por las repercusiones que tienen,
- Relevancia, es decir, la noticia debe ser importante y significativa para el público objetivo, puede ser relevante debido a su impacto en la comunidad, en la política, en la economía o en la sociedad en general.
- Suspense, es un factor que poseen aquellos hechos que, como su duración se prolonga, es decir, se desarrollan en el transcurso de varios días, semanas o meses, mantienen vivo y activo el interés del público.
- Rareza, son aquellos acontecimientos que se salen de la rutina o de lo esperado. Mientras los hechos más comunes no se consideran noticiosos porque ocurren todo el tiempo, los hechos más extraños adquieren el rango de noticia por la curiosidad que despiertan.
- Sexo, se utiliza como reclamo, ya que despierta el interés de los lectores. Es un factor decisivo en muchas noticias, sobre todo en prensa sensacionalista. También

está presente de forma más encubierta en acontecimientos económicos, políticos, culturales, artísticos, etc.

- Emoción, es un factor que, aunque podría pensarse que gran parte de las noticias lo tienen, porque repercuten en los sentimientos de los lectores, se considera un elemento específico de la noticia cuando estas reflejan emociones como ambición, odio, temor, amor, envidia, etc. Se incluyen noticias que remiten a situaciones realmente emotivas.
- Conflictividad, los eventos que involucran conflictos, controversias o confrontaciones suelen ser considerados noticias.
- Progreso, los temas que afectan los derechos, la seguridad, la justicia o el bienestar público suelen ser de interés periodístico o las consecuencias, los eventos que tienen repercusiones significativas en múltiples niveles (local, nacional, global) suelen ser considerados noticias importantes, las tendencias, los temas que están en tendencia o que captan la atención pública por otros motivos (como en redes sociales) tienen más probabilidades de ser cubiertos por los medios.

Además, no podemos perder de vista el contexto, es decir, la forma en que se enmarca un hecho dentro de un contexto más amplio (histórico, político, social, etc.) puede aumentar su relevancia y comprensión para el público. Así como la accesibilidad de la información, la disponibilidad y accesibilidad de la información sobre un hecho también influyen en si se convierte en noticia. La capacidad de los medios para obtener y difundir detalles sobre un evento puede determinar su cobertura.

En resumen, un hecho se convierte en noticia cuando cumple con varios de estos criterios y cuando los periodistas pueden presentarlo de una manera clara, objetiva y atractiva para su audiencia. La selección y elaboración de noticias es un proceso clave en el periodismo que implica tomar decisiones editoriales informadas sobre qué historias merecen ser contadas y cómo deben ser presentadas al público.

## **2. CAPÍTULO 2. DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA: DE LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS A LOS TEXTOS PONTIFICIOS**

### **2.1. APROXIMACIÓN TEÓRICA A LA ÉTICA PERIODÍSTICA**

En 1983, se creó la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) la entidad más representativa del periodismo español que ha jugado un papel clave en la promoción de estándares éticos de la profesión. En 1993, la FAPE adoptó su primer Código Deontológico que define los principios éticos y normas profesionales que deben guiar la conducta de los periodistas en España. Este código aborda aspectos como la veracidad, la independencia, el respeto a la privacidad, la rectificación de errores y la protección de la dignidad humana.

El preámbulo de este Código es el siguiente: “En el marco de las libertades civiles consagradas en la Constitución, que constituyen la referencia necesaria para una sociedad plenamente democrática, el ejercicio profesional del Periodismo representa un importante compromiso social, para que se haga realidad para todos los ciudadanos el libre y eficaz desarrollo de los derechos fundamentales sobre la libre información y expresión de las ideas”.

En estas líneas encontramos dónde se consagra el derecho a la información en España, en la Constitución. La Constitución Española de 1978 en su artículo 20 lo establece como derecho a reconocer y proteger. Exactamente en este artículo 20 en su apartado 1 establece textualmente: “1. Se reconocen y protegen los derechos: a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica. c) A la libertad de cátedra. d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades”.

Es decir, la Constitución Española establece el derecho a la información de forma que los periodistas tienen la responsabilidad de proporcionar información veraz y plural, respetando los derechos de las personas implicadas en las noticias.

Conjuntamente con la FAPE, dentro de la regulación profesional de la ética periodística, existen asociaciones regionales y colegios de periodistas que promueven la ética y la autorregulación en el ejercicio periodístico. Estas diferentes organizaciones formulan

recomendaciones y también normativas que deben tenerse en cuenta en el ejercicio del periodismo y llegado el caso deben resolver posibles conflictos éticos.

Encontramos, por ejemplo, en el ámbito audiovisual, el Consejo de Informativos en Radiotelevisión Española (RTVE), que vela por la independencia y la calidad de la información en la televisión pública. Este organismo promueve la autorregulación y la transparencia en la cobertura de noticias.

En el ámbito de los medios digitales, que llevan un crecimiento imparable, se está viendo la necesidad de afrontar nuevos retos éticos relacionados con la verificación de información, el respeto a los derechos de autor y la protección de la privacidad en línea. Surge un nuevo concepto, la ética digital.

También resulta procedente citar el Código Europeo de Deontología del Periodismo, (Estrasburgo, 1 de julio de 1993), aprobado por el Parlamento Europeo de Estrasburgo por unanimidad y cuyo ponente y redactor fue Manuel Núñez Encabo, que fue también vicepresidente de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE.

En un repaso como el presente no podría quedar olvidada la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Es esencial la relación entre la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la deontología periodística. Los principios éticos que rigen el ejercicio del periodismo están consagrados en esta declaración. Pasemos a estudiarlos:

La Declaración Universal de los Derechos Humanos establece en su artículo 19 el derecho fundamental a la libertad de opinión y expresión. Este derecho es fundamental para el ejercicio del periodismo, ya que garantiza la libertad de los periodistas para investigar, informar y expresar sus opiniones sin censura ni restricciones arbitrarias. El mismo artículo 19 establece el derecho a la información. El acceso a la información veraz y oportuna es esencial para la sociedad y forma parte del derecho a la libertad de expresión. Los periodistas tienen la responsabilidad ética de proporcionar información precisa y objetiva al público, promoviendo así el derecho de las personas a estar informadas.

La Declaración reconoce en su artículo 12, el derecho a la protección de la vida privada y familiar. Los periodistas deben respetar este derecho al investigar y publicar información, evitando intrusiones injustificadas en la privacidad de las personas.

Por su parte, el artículo 10 de La Declaración garantiza el derecho a un juicio justo y público ante tribunales independientes e imparciales. Los periodistas tienen la responsabilidad ética de informar sobre procesos judiciales de manera imparcial y precisa, respetando la presunción de inocencia y evitando prejuzgar a los acusados.

En el artículo 2 de esta declaración prohíbe la discriminación por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, etc. Los periodistas deben promover la igualdad y la diversidad en su cobertura informativa, evitando estereotipos y prejuicios que puedan promover la discriminación.

La deontología periodística se basa en todos estos principios que hemos destacado y son estos valores éticos los que deben guiar la práctica profesional de los periodistas. Pero la ética periodística, debe ir siempre de la mano de los derechos humanos consagrados en la Declaración Universal, debe busca promover la verdad, la justicia y el respeto por la dignidad humana en todas las formas de comunicación pública. Los periodistas éticos no solo informan, sino que también defienden y promueven estos derechos fundamentales a través de su trabajo.

Antes de dar por concluido el presente apartado y como enlace con el siguiente, trataré de contestar a la siguiente cuestión: ¿Qué es la ética? ¿Qué es la ética digital?

Según Luka Brajnovic “el hombre vale en la medida en que es capaz de amar, de pensar, de juzgar y valorar sus actos, y de actuar libremente (por su propia voluntad) eligiendo el bien y evitando el mal. Nadie que sea sensato negará esta afirmación. Quizás puede ampliarla o completarla, pero nunca negarla. Ahora bien, ¿qué es el bien y qué es el mal?”.

En la misma obra este autor declara que, muchos analistas lingüísticos suelen afirmar que la Ética es una ciencia cuyo fin es definir los términos morales como el bien, el mal, la justicia, el derecho, la libertad, la verdad, la responsabilidad, etc. Concluye diciendo textualmente “que la Ética es algo más que una vertiente de sociología y etnografía es una ciencia práctica, pero también teórica y normativa, que descubre y fija normas consejos y advertencias para que el hombre viva bien” (1978, p. 18).

Por su parte, Jorge Balladares concluye su artículo titulado, *Una ética digital para las nuevas generaciones digitales* (2017, p. 543-56) diciendo: “La ética se constituye como la disciplina filosófica que orienta las acciones del ser humano hacia la búsqueda del bien, y ella no puede estar ajena al progreso tecnológico y a las transformaciones

de una sociedad de la información y del conocimiento. Una ética digital, como ética aplicada, nos permite discernir, descubrir y configurar aquellos referentes éticos para el actuar y convivir de las nuevas generaciones digitales. La búsqueda de una nueva ecológica en una relación armónica entre el ser humano y la naturaleza puede ser facilitada por la mediación de las tecnologías de la información, comunicación, aprendizaje y conocimiento en función prospectiva y semántica de las nuevas generaciones de una próxima sociedad 3.0”.

## **2.2. TEXTOS PONTIFICIOS CERCANOS A 2023**

Antes de comenzar a desarrollar el presente apartado, parece conveniente definir qué es un “documento eclesiástico pontificio”. El documento eclesiástico puede ser entendido como sinónimo de todos los diplomas y manuscritos custodiados en los archivos de la Iglesia e instituciones. Sin embargo, esta acepción, aunque en ocasiones pueda ser válida, es imprecisa y errónea, puesto que en los archivos de las diversas instituciones de la Iglesia se encuentran, por ejemplo, muchos documentos reales, o bien otros cuyo autor o destinatario puede ser un clérigo, pero que se deben clasificar como documentos privados.

El historiador español Ángel Riesco Terrero explica que son documentos eclesiásticos aquellos producidos o generados por las distintas autoridades o instituciones de la Iglesia cuando estas ejercen su función propia y cuando tal documentación está revestida de los elementos preciosos para darle validez y garantía (1987, pp. 1387-1399).

Según Lasala Claver y P. Rabikauskas (2003, s.p.) la documentación pontificia es aquella expedida por la Cancillería pontificia a nombre del Pontífice, máxima autoridad de la Iglesia (en este caso se hablaría propiamente de la documentación papal). Y también, aquella generada por otros organismos de la Curia pontificia (la Cámara, la Penitenciaría, la Secretaría, la Audiencia, Sacro Palacio Apostólico, Dicasterios romanos, etc.), a nombre del papa o bien a nombre de los presidentes y autoridades de estas instituciones.

Cada año, el 24 de enero, festividad de San Francisco de Sales, santo patrón de escritores y periodistas, el papa dirige un mensaje sobre la temática de La Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

A continuación, vamos a hacer un recorrido por los textos pontificios de los dos últimos años:

El 24 de enero de 2023 en San Juan de Letrán, Roma, el papa Francisco emitió mensaje para la 57 jornada mundial de las comunicaciones sociales bajo el título “hablar con el corazón”.

El papa estructura su mensaje en diferentes apartados con las cuestiones que quiere ensalzar: Hablar con el corazón, comunicar cordialmente, la comunicación de corazón a corazón: “Basta amar bien para decir bien”, hablar con el corazón en el proceso sinodal, y, para terminar, desarmar los ánimos promoviendo un lenguaje de paz.

Su mensaje se centra en el corazón: “Es el corazón el que nos ha movido a ir, ver y escuchar; y es el corazón el que nos mueve a una comunicación abierta y acogedora”, (papa Francisco, 2023). A lo que añade que nunca debemos tener miedo a proclamar la verdad, aunque sea incómoda, a lo que debemos tener miedo es hacerlo sin caridad, es decir sin corazón.

Tras el exordio destaca la importancia de comunicar con cordialidad: “Quiere decir que quien nos lee o nos escucha capta nuestra participación en las alegrías y los miedos, en las esperanzas y en los sufrimientos de las mujeres y los hombres de nuestro tiempo. Quien habla así quiere bien al otro, porque se preocupa por él y custodia su libertad sin violarla”.

El papa insiste en que, en un período histórico marcado por polarizaciones y contraposiciones, el compromiso por una comunicación con el corazón y con los brazos abiertos no concierne exclusivamente a los profesionales de la información, sino que es responsabilidad de cada uno.

Continúa con el apartado que lleva por título *Hablar con el corazón en el proceso sinodal*, anima de puertas adentro a una comunicación que encienda los corazones, que sea bálsamo sobre las heridas e ilumine el camino de los hermanos y de las hermanas.

En su último apartado, *Desarmar los ánimos promoviendo un lenguaje de paz*, destacaría sus palabras: “Hablar con el corazón es hoy muy necesario para promover una cultura de paz allí donde hay guerra; para abrir senderos que permitan el diálogo y la reconciliación allí donde el odio y la enemistad causan estragos”.

“Que el Señor Jesús, Palabra pura que surge del corazón del Padre, nos ayude a hacer nuestra comunicación libre, limpia y cordial”, termina pidiendo el papa Francisco.

En conclusión, el papa, en este mensaje de 2023, subraya la importancia de la verdad para la vida en sociedad y también la importancia de los medios de comunicación en la transmisión de esta verdad. Recuerda que la verdad es un bien común y como tal se debe proteger ya que es la base de las relaciones auténticas. Insiste en que un mundo en el que los intercambios suelen ser fríos e impersonales, es más importante que nunca hablar con el corazón ya que hablar con el corazón también ayuda a contrarrestar la desinformación que es la causa de la falsedad que perjudica tanto a la sociedad y a la dignidad humana.

El 24 de enero de 2024 en San Juan de Letrán, Roma, el papa Francisco emitió un mensaje con motivo de la 58 jornada mundial de las comunicaciones sociales, bajo el título “Inteligencia artificial, y sabiduría del corazón para una comunicación plenamente humana”.

En este mensaje de 2024, el papa insiste en el poder del corazón: “Podremos leer e interpretar la novedad de nuestro tiempo y redescubrir el camino de una comunicación plenamente humana” en medio de los avances tan vertiginosos.

Podemos observar que el papa deja claro desde el principio el tema que va a tratar este año 2024, cuando asegura al comienzo de su envío, que en esta época que corre el riesgo de ser rica en tecnología y pobre en humanidad, nuestra reflexión sólo puede partir del corazón humano.

El papa concibe el corazón como “la sede de la libertad y de las decisiones más importantes de la vida y, básicamente es el lugar interior del encuentro con Dios”.

El pontífice apunta una idea con relación a la autosuficiencia humana y la omnipotencia. El papa viene a decir que todos los avances tecnológicos tienen que servir para despertar al hombre de la hipnosis en la que ha caído debido a su delirio de omnipotencia, en sus propias palabras “la tentación original de llegar a ser como Dios sin Dios”.

Al hablar de inteligencia artificial se plantea a menudo la pregunta ¿oportunidad o peligro? El sumo pontífice señala que “pueden contribuir al proceso de liberación de la ignorancia y facilitar el intercambio de información entre pueblos y generaciones

diferentes”. Sin embargo, al mismo tiempo “pueden ser instrumentos de contaminación cognitiva”.

Por ello, ha animado a actuar anticipadamente y formular modelos de regulación ética con los que frenar las implicaciones nocivas y discriminatorias, socialmente injustas, de los sistemas de inteligencia artificial y contrarrestar su uso en la reducción del pluralismo, la polarización de la opinión pública o la construcción de un pensamiento único.

En relación con las implicaciones éticas, el papa ha insistido que también la inteligencia artificial podrá contribuir positivamente en el campo de la comunicación, siempre que no anule el papel del periodismo sobre el terreno y, por el contrario, lo respalde.

El papa manifiesta que en un “todos juntos” crecerá “la capacidad de discernir, de vigilar, de ver las cosas a partir de su cumplimiento. Para no perder nuestra humanidad, busquemos la Sabiduría que es anterior a todas las cosas”. En definitiva, es la sabiduría la que nos ayudará también a orientar los sistemas de inteligencia artificial a una comunicación plenamente humana.

Este mensaje de 2024 culmina con unas preguntas. Como dice el pontífice, interrogantes para el hoy y para el mañana, aunque reconoce que las respuestas a estas cuestiones no están escritas y que dependen de nosotros. “Corresponde al hombre -señala- decidir si se convierte en alimento de algoritmos o en cambio sí alimenta su corazón con la libertad, ese corazón sin el cual no creceríamos en sabiduría” y finaliza la sabiduría “nos ayudará también a orientar los sistemas de inteligencia artificial a una comunicación plenamente humana”.

En resumen, el papa Francisco en su mensaje de 2024 recalca cómo la inteligencia artificial está transformando radicalmente la información y la comunicación. El pontífice plantea si la inteligencia artificial acabará construyendo “nuevas castas basadas en el dominio de la información” o si, por el contrario, traerá “más igualdad promoviendo una información correcta”. Invita a reflexionar sobre cómo afecta a la dignidad humana una revolución de tanto calado como la que conlleva la inteligencia artificial.

### 2.3. CONSIDERACIONES FINALES

Una vez analizada la deontología periodística, se observa que tanto los códigos deontológicos, como la declaración universal de los derechos humanos, así como los textos pontificios sobre la temática de las Comunicaciones Sociales, omiten algo fundamental: El tratamiento de la violencia por los medios de comunicación.

Es una realidad que los contenidos violentos están constantemente en los medios, esto ha aumentado con el crecimiento de las nuevas tecnologías hasta el punto de pasar de ser un contenido más, a ser en ocasiones la violencia la protagonista de la información.

Gianfranco Bettetini y Armando Fumagalli, profesores de la Universidad Católica de Milán, publicaron su obra *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*, en castellano en 2001. Esta obra dedica un capítulo a este asunto, concretamente el capítulo siete: *La violencia y la representación del mal*.

Estos profesores abordan el tema de la ética de una forma diferente. Diego Contreras (profesor de Análisis y Práctica de la información en la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Santa Cruz en Roma) en un artículo para acepresa *Modelos de vida para el gran público* de 1999, afirma que estos autores parten de tres consideraciones de fondo: “La primera es la convicción de que los valores, las opciones vitales, se pueden argumentar racionalmente (frente a quienes defienden que son simple cuestión de gustos); la segunda es la constatación de que los más media no son nunca neutrales con respecto a los valores; y la última, que no se puede ver la ética como algo postizo, sino como un elemento constitutivo de cada acción humana en cuanto tal”. A lo largo de la obra van aplicando estas reflexiones en numerosos campos.

En el capítulo mencionado, dedicado a la violencia en los medios, concluye que el aumento del comportamiento agresivo, la disminución de la sensibilidad frente a la violencia real y el injustificado aumento del miedo son los efectos a largo plazo de la representación de la violencia llevada a cabo por los medios. Los autores afirman que la diversidad de los efectos depende de la diversidad de las modalidades de representación de la violencia.

Este es el enfoque que le dan estos autores y distinguen los aspectos diversos de la representación de la violencia: el nivel de realidad, el tipo de identificación activada, el

nivel de gratuidad de la violencia y la crudeza de la representación. (Gianfranco Bettetini pp. 194-195).

Bettetini, en 1996, se plantea la siguiente cuestión: la violencia representada en los medios de comunicación efectivamente aumenta la del mundo real o se limita a reflejarla. Cuestión que responde él mismo afirmando que la violencia en los medios tiene en el público, a largo plazo, efectos de tres tipos: un efecto mimético directo, uno más indirecto que es la insensibilización y la sobreestimación del grado real de violencia.

Para concluir este apartado, es preciso resaltar que Gianfranco Bettetini y Armando Fumagalli afirman que la información de cualquier medio audiovisual trabajado por periodistas, además de veraz debe ser relevante. “La información es un bien primario, pero lo es solo si es verdadera y en algún modo esencial, mientras que toque temas relevantes, aquellos sobre los cuales es necesario decidir, tomar partido, tanto en el ámbito público como el privado” (Bettetini y Fumagalli, 2001, pp 21).

Esta es la idea fundamental: la información debe ser veraz y relevante, por lo que los periodistas antes de exponer al público la violencia deben cuestionarse, sobre todo, a la hora de seleccionar los temas y la forma de retransmitirlos y exponerlos al público, si lo que van a emitir es relevante, no basta con que sea veraz.

### **3. CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE CASO: PERSECUCIÓN DE CRISTIANOS EN NIGERIA 2023**

#### **3.1. BREVE HISTORIA DE LA REPÚBLICA FEDERAL DE NIGERIA**

El Ministerio de Asuntos Exteriores en la *Ficha Nigeria (2023)* destaca que Nigeria es el país más poblado de África, con 211 millones de habitantes y una superficie de 923.768 km<sup>2</sup>. Es un país muy diverso que acoge más de 250 grupos étnicos. Limita con Níger en el norte, con Chad en el nordeste, con Camerún en el este y con Benín en el oeste. Su costa sur está en el Golfo de Guinea, en el Océano Atlántico.

Añade que la República Federal de Nigeria comprende treinta y seis estados y el Territorio de la Capital Federal, donde se encuentra la capital, Abuya. La constitución (1999) define a este país como un Estado Secular con separación de poderes. Actualmente está en el poder desde las elecciones de 2023 Bola Tinubu, su partido político es el APC (All Progressives Congress). Las elecciones en Nigeria han sido históricamente plagadas de irregularidades, violencia y fraudes y es uno de los principales retos que tiene actualmente el país.

Respecto a la historia, el Ministerio de Asuntos Exteriores en el mismo documento, explica que Nigeria alcanzó la independencia como federación en 1960. Entre 1967 y 1970, sufrió una guerra civil. Tras este conflicto, el país alternó entre regímenes civiles y dictaduras militares hasta que, en 1999, estableció una democracia estable. Las elecciones presidenciales de 2011 fueron las primeras en ser consideradas relativamente libres y justas.

En relación con la religión, el cristianismo es la religión mayoritaria (46,2%), con base principalmente en el sur, mientras que el norte es predominante musulmán, aunque en algunos enclaves como Borno la población cristiana alcanza el 30% (ACN, 2023).

En el ámbito de la economía, según el *Informe riesgo: Nigeria de Cesce (2023)*, Nigeria es la economía número 31 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2022 fue de 179.583 millones de euros, con una deuda del 39,65% del PIB. Su deuda per cápita es de 842 € euros por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Nigeria es de abril de 2024 y fue del 33,7%. En cuanto al Índice de Desarrollo Humano (IDH), que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva muestra

el nivel de vida de los habitantes, indica que los nigerianos están entre los que peor calidad de vida tienen en el mundo.

### 3.2. ANÁLISIS DE CASO: ALFA Y OMEGA, EL PAÍS

Algunos medios de comunicación generalistas a lo largo de 2023 daban cuenta de algunas muertes violentas de cristianos en Nigeria. Como estudiante de periodismo y cristiana el tema suscitó mi interés. El objetivo era verificar la presencia, o no, de noticias sobre las matanzas en Nigeria en prensa católica y en prensa generalista. El objetivo de la presente investigación es determinar la presencia y la magnitud de las informaciones sobre este en unos y otros medios. La hipótesis de partida es que los medios generalistas de izquierdas no cuentan las persecuciones y muertes de los cristianos en el mundo.

Para conseguir el objetivo de verificar o refutar nuestra hipótesis se va a realizar un análisis con una herramienta cuantitativa, el análisis de contenido. Nos centraremos en: Cuántas noticias han salido referidas a las masacres, qué extensión tenían (número de palabras), qué géneros periodísticos están presentes, tipos de titular (informativo, interpretativo, expresivo y de citas), quiénes son los redactores (corresponsal, enviado especial, agencia, etc.), entre otras cuestiones.

*Alfa y Omega* y el periódico *El País* son las publicaciones elegidas para analizar la cuestión mencionada:

*Alfa y Omega* es una publicación de información católica que comenzó en 1994. Es editada por la Fundación San Agustín, que está vinculada al Arzobispado de Madrid. Se publica cada jueves -periodicidad semanal- y se puede visitar a diario en su página web.

Por otro lado, el periódico *El País*. Es un diario español generalista fundado en 1976 que pertenece al Grupo Prisa. Su ideología es de izquierdas, se alinean con el progresismo y un cierto *wokismo* en lo social. Es el diario con más tirada de España. Se ha seleccionado este medio ya que se trata del diario que más ejemplares y suscripciones individuales vende actualmente con 52.923 periódicos diarios, según publica el medio digital *Vozpópuli*.

Soy consciente de la dificultad que entraña comparar un medio diario con un medio semanal. Para tratar de paliar este problema las búsquedas del diario se harán con una horquilla muy amplia.

A lo largo del año 2023, informaciones sobre persecuciones y muertes de cristianos en el mundo salpicaban la actualidad. El verbo *salpicar* ha sido escogido con consciencia. Dado que, tenía la impresión de que no había continuidad en las informaciones, no aparecía en todos los medios.

### Noticia sobre asesinato de un sacerdote

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	15 de enero de 2023	X
Extensión	427 palabras	X
Tipo de titular	Expresivo	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Corresponsal en el Vaticano	X
Imágenes	Una fotografía	X

#### *Alfa y Omega*: “Domingo sangriento para los cristianos en África”

La primera noticia del 2023 que publicó *Alfa y Omega* sobre este asunto fue el 15 de enero de 2023. Bajo el Titular “Domingo sangriento para los cristianos en África”, un titular expresivo. Se publicó, el mismo día del acontecimiento, una noticia sobre el asesinato el sacerdote Isaac Achi. La noticia explica que “los asaltantes prendieron fuego a su parroquia”. La noticia tiene una extensión de 427 palabras y su redactora es Ángeles Conde Mir, corresponsal en el Vaticano y colaboradora de estas publicaciones semanales. Además, la noticia va acompañada de dos imágenes, una del padre Isaac, y otra de cómo quedó la iglesia tras el incendio.

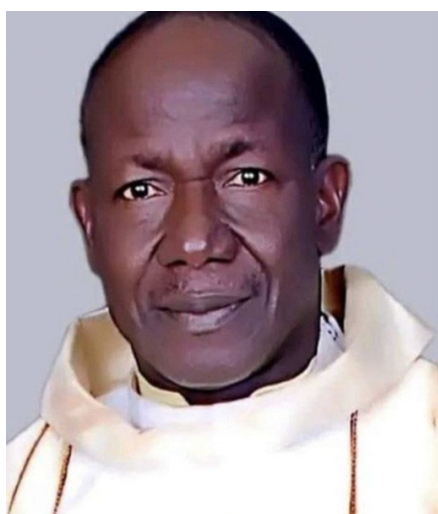


Foto: Santa sede.

*El País* no publicó nada de este suceso en los siete días posteriores al mismo.

## Noticia sobre cómo el papa Francisco pide en una Audiencia General que se rece por Isaac Achi

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	18 de enero de 2023	X
Extensión	424 palabras	X
Tipo de titular	De cita	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Corresponsal en el Vaticano	X
Imágenes	Una imagen	X

### *Alfa y Omega*: “¿Cuántos cristianos sufren la violencia en su propia piel!”

Tres días después del suceso, el 18 de enero, *Alfa y Omega* publicó una noticia con el titular “¿Cuántos cristianos sufren la violencia en su propia piel!”, un titular de cita, ya que son palabras del papa. La noticia informa de que el papa Francisco ha pedido en una Audiencia General que se rece por el Isaac Achi, el sacerdote asesinado. Con una extensión de 424 palabras, el autor, José Calderero de Aldecoa, corresponsal del Vaticano, comenta las palabras del Papa sobre este asesinato. La noticia va acompañada de una fotografía del papa bendiciendo a un grupo de niños ucranianos durante la audiencia.



Foto: AFP/ Alberto Pizzoli.

En el diario *El País*, no se informó de que el papa comentó este suceso.

## Reportaje de un análisis cronológico de los cristianos perseguidos

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	18 de enero de 2023	6 de junio 2022
Extensión	757 palabras	619 palabras
Tipo de titular	Informativo	Informativo
Género periodístico	Reportaje	Noticia
Redactor	Redactora	Agencias
Imágenes	Una imagen	Una imagen

### ***Alfa y Omega*: “El número de cristianos perseguidos se ha triplicado desde 2011”**

Ese mismo día, el 18 de enero de 2023, *Alfa y Omega* publicó un reportaje bajo el titular “El número de cristianos perseguidos se ha triplicado desde 2011”, un titular informativo. La extensión del reportaje es de 757 palabras. La autora es María Martínez López, Redactora de *Alfa y Omega* y experta en bioética. El reportaje va acompañado de una imagen de archivo del funeral de la parroquia de San Francisco Javier en Owo (Nigeria) por las 50 víctimas del atentado yihadista del 5 de junio de 2022.



Foto: CNS

***El País: “Nigeria rebaja a 21 la cifra de muertos en un ataque a una iglesia católica”***

El diario El País no ha cubierto, en absoluto, este tema. Pero el 6 de junio de 2022, un día después del atentado yihadista, publicó una noticia con el siguiente titular informativo: “Nigeria rebaja a 21 la cifra de muertos en un ataque a una iglesia católica”, y el subtítulo “Medios locales y fuentes médicas habían informado previamente de al menos 50 víctimas mortales. Los asaltantes abrieron fuego y detonaron explosivos contra los fieles por razones que aún se desconocen”. La noticia tiene una extensión de 619 palabras y la firma es de “agencias”, es decir, no la ha redactado un profesional del medio (corresponsal en la zona o enviado especial). Va acompañada de una foto de archivo de 2019 de policías regulares y antiterroristas en Kano, en el norte de Nigeria.



Foto: Ben Curtis

## Noticia sobre el aumento de los ataques contra párrocos en Nigeria

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	28 de marzo de 2023	X
Extensión	1020 palabras	X
Tipo de titular	Interpretativo	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Periodista especializado en África	X
Imágenes	Una imagen y una gráfica	X

### *Alfa y Omega*: “La inseguridad ataca a los cristianos en Nigeria”

Dos meses después, el 28 de marzo de 2023, *Alfa y Omega*, publica una noticia con un titular interpretativo: “La inseguridad ataca a los cristianos en Nigeria”. La noticia habla del aumento de los ataques contra párrocos en Nigeria y cómo ha aumentado el miedo de los cristianos, ahora que hay un nuevo Gobierno que está encabezado por dos políticos musulmanes. El texto tiene una extensión de 1020 palabras y está acompañado de una imagen y una sencilla infografía. La imagen es una fotografía del director de comunicación de la archidiócesis de Lagos en su parroquia en construcción, y el gráfico es un mapa de Nigeria donde distingue el porcentaje de cristianos y musulmanes y su distribución geográfica. El redactor es David Soler Crespo, periodista especializado en África, autor también de la fotografía.



Foto: David Soler Crespo

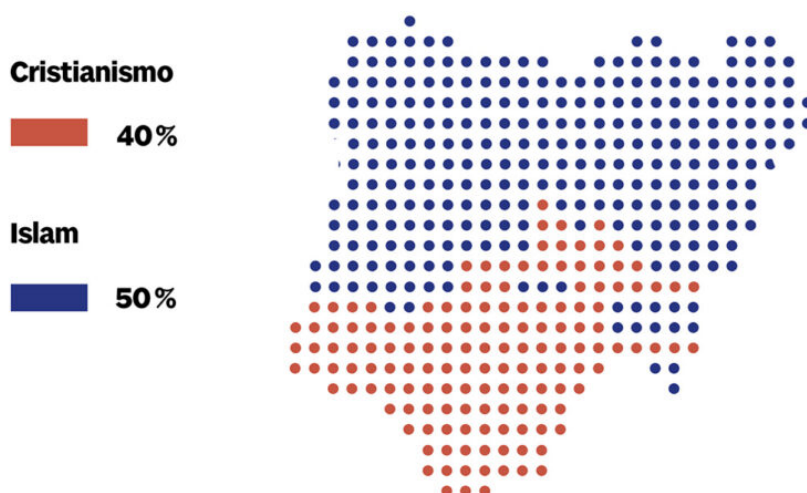


Foto: *Alfa y Omega*

El País publicó entre febrero y marzo un total de ocho noticias y columnas de opinión sobre las elecciones de Nigeria, pero en ninguna nombra, en mayor o menos medida, cómo pueden afectar los comicios a los cristianos que viven allí.

#### Noticia sobre cuatro ataques en el estado de Benue en Semana Santa

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	11 de abril de 2023	7 de abril de 2023
Extensión	612 palabras	666 palabras
Tipo de titular	Informativo	Informativo
Género periodístico	Noticia	Noticia
Redactor	Redacción	Colaborador del diario en África occidental
Imágenes	Una imagen	Una imagen

#### *Alfa y Omega*: “80 muertos en el centro de Nigeria en una Semana Santa trágica”

El 11 de abril, Alfa y Omega, publicó el titular informativo “80 muertos en el centro de Nigeria en una Semana Santa trágica”. La noticia cuenta que grupos armados, formados presuntamente por pastores de etnia fulani, perpetraron entre el 2 y el 7 de abril cuatro ataques distintos en el estado de Benue.

La noticia se extiende a lo largo de 612 palabras y va acompañada de una imagen panorámica de un asentamiento en Benue, donde viven dos millones de desplazados internos por la violencia. No tiene nombre del autor, sino que está firmado por la redacción.



Foto: ACN

***El País*: “Hombres armados asesinan a medio centenar de personas en un pequeño pueblo de Nigeria”**

*El País* publicó, el 7 de abril, una noticia con el titular informativo “Hombres armados asesinan a medio centenar de personas en un pequeño pueblo de Nigeria”. El redactor es José Naranjo, colaborador de *El País* en África occidental y que reside en Senegal desde 2011. La noticia tiene una extensión de 666 palabras y una imagen de archivo de pastores conduciendo su ganado en Malí.



Foto: Carol Beckwith

## Noticia sobre el asesinato de un sacerdote en Nigeria

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	9 de junio de 2023	X
Extensión	211 palabras	X
Tipo de titular	Interpretativo	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Redacción	X
Imágenes	Dos imágenes	X

### *Alfa y Omega*: “Nuevo asesinato de un sacerdote en Nigeria”

En el mes de mayo ninguno de los dos medios analizados publicó nada relacionado con nuestro objeto de investigación. El 9 de junio, Alfa y Omega, informó sobre “Nuevo asesinato de un sacerdote en Nigeria”, un titular informativo. Una noticia de 211 palabras acompañada de dos imágenes: una del joven sacerdote asesinado y otra de fieles entrando a la iglesia católica de la Santa Trinidad en Abuja, Nigeria. La noticia está firmada por la redacción.



Foto: Archidiócesis de Benin City



Foto: Reuters/Afolabi Sotunde

*El País* no informó nada de este suceso, en los siete días posteriores a que ocurriera.

### Noticia sobre el Informe de libertad religiosa 2023

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	22 de junio de 2023	X
Extensión	1117 palabras	X
Tipo de titular	Informativo	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Redacción	X
Imágenes	Dos imágenes	X

#### ***Alfa y Omega*: “El informe de libertad religiosa de ACN alerta de la persecución en África y Nicaragua”**

El 22 de junio de 2023 *Alfa y Omega* publicó una noticia con el siguiente titular informativo: “El informe de libertad religiosa de ACN alerta de la persecución en África y Nicaragua”. En ella, cuenta que el 62 % de la población mundial vive en países donde no se respeta la libertad religiosa, y añade que la situación ha empeorado en 47 de ellos. La noticia tiene una extensión de 1170 palabras y dos imágenes.

La primera es una fotografía de policías custodiando la iglesia católica de San Francisco en junio de 2022, tras el ataque; la otra imagen es un retrato de Javier Menéndez Ros y Marcela Szymanski, editores de este documento, con el informe *Libertad religiosa en el mundo*. El autor es la redacción.



Foto: EFE/EPA



Foto: Ayuda a la Iglesia Necesitada

Sobre la publicación de este informe, *El País* no se hizo eco en los próximos siete días.

## Noticia sobre la liberación del sacerdote secuestrado en Nigeria

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	25 de agosto de 2023	X
Extensión	196 palabras	X
Tipo de titular	Informativo	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Redacción	X
Imágenes	Una imagen	X

### ***Alfa y Omega: “Liberan al religioso y al seminarista secuestrados en Nigeria el 3 de agosto”***

El 25 de agosto Alfa y Omega, publicó una noticia con el titular informativo “Liberan al religioso y al seminarista secuestrados en Nigeria el 3 de agosto”. La noticia tiene una extensión de 196 palabras y va acompañada de una imagen de la parroquia atacada. La noticia la firma la redacción.



Foto: ACN

*El País* no informó ni del secuestro ni de la liberación del religioso y el seminarista en la semana posterior a que ocurriera.

## Noticia sobre el Asesinato a un benedictino en Nigeria

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	27 de octubre de 2023	X
Extensión	403 palabras	X
Tipo de titular	Informativo y de cita	X
Género periodístico	Noticia	X
Redactor	Redacción	X
Imágenes	Una imagen	X

### ***Alfa y Omega*: “Un benedictino es asesinado en Nigeria «para amedrentar a los postulantes»”**

El 27 de octubre, Alfa y Omega informó de que “Un benedictino es asesinado en Nigeria «para amedrentar a los postulantes»”, con un titular informativo y de cita. Con una extensión de 403 palabras informa de que Godwin Eze había sido secuestrado junto con dos seminaristas el 17 de octubre. Tras matarlo a tiros, los bandidos arrojaron su cadáver al río. La información va acompañada de una imagen de un grupo de novicios de los Benedictinos de Eruku. La noticia está firmada por la redacción.



Foto: Benedictinos de Eruku.

Respecto a este asesinato, *El País* no publicó nada en los siguientes siete días.

## Noticia sobre el asesinato a 170 cristianos en Nigeria

	<i>ALFA Y OMEGA</i>	<i>EL PAÍS</i>
Fecha	28 de diciembre de 2023	26 de diciembre
Extensión	655 palabras	848 palabras
Tipo de titular	Informativo y de cita	Informativo
Género periodístico	Noticia	Noticia
Redactor	Redactor de <i>Alfa y Omega</i>	Colaborador en África occidental
Imágenes	Una imagen	Una imagen

### ***Alfa y Omega*: “Los supervivientes al asesinato de 170 cristianos en Nigeria: «Aún hay rehenes»”**

*Alfa y Omega*, el 28 de diciembre, publicó una noticia con un titular informativo y de cita: “Los supervivientes al asesinato de 170 cristianos en Nigeria: «Aún hay rehenes»”. La información tiene una extensión de 655 palabras y va acompañada de una imagen del entierro de cristianos en el estado de Plateau tras la matanza del 24 de diciembre. El redactor es Rodrigo Moreno Quicios, redactor de *Alfa y Omega*.



Foto: Ayuda a la Iglesia Necesitada

***El País*: “Grupos armados matan al menos a 150 personas en un conflicto por la tierra en Nigeria”**

En *El País*, dos días antes, el 26 de diciembre, publicaron una noticia con el titular informativo “Grupos armados matan al menos a 150 personas en un conflicto por la tierra en Nigeria”. La noticia tiene una extensión de 848 palabras y va acompañada de una imagen de Campesinos nigerianos en sus arrozales de Suru, al noroeste de Nigeria. El redactor es José Naranjo, colaborador de *El País* en África occidental. Se ve una gran diferencia en el enfoque que tiene la noticia. En este caso se informa de que es un conflicto por el uso de la tierra entre pastores y agricultores, el hecho noticioso no es que los cristianos hayan sido asesinados. Solo hace referencia una vez al final de la noticia, cuando comenta que “El estado de Plateau, así como otras regiones de Nigeria, es el escenario habitual de tensión y enfrentamientos entre pastores, en su mayoría nómadas o seminómadas de la etnia fulani de religión musulmana, y agricultores sedentarios, casi siempre cristianos”.



Foto: Thomas Imo

## CONCLUSIONES

- Hemos podido constatar que, si bien el diario católico *Alfa y Omega* ofrece información detallada y puntual sobre los crímenes cometidos contra los cristianos en Nigeria, en un año especialmente cruento como fue 2023, el diario *El País*, en su sección de internacional, no informa en la mayoría de las ocasiones de las muertes y persecuciones.
- Además, *El País*, en las ocasiones que ha informado de estos sucesos, lo ha hecho con un enfoque de enfrentamiento entre el mundo agrícola y ganadero, sin mencionar el elemento religioso.
- Respecto a las imágenes, que juegan un papel crucial para el discurso, se ha podido comprobar que en el caso de *Alfa y Omega* aparecen, en buena parte de los casos, los rostros de fallecidos, los escenarios donde se han producido los crímenes, así como las tumbas o los funerales, mientras que en el diario *El País* hallamos imágenes de archivo sin relación directa con aquellos hechos de los que están informando.
- En relación con los criterios de noticiabilidad abordados al comienzo del presente estudio, en concreto, el de proximidad afectiva, parece que para *El País* la pertenencia a esta religión no es un criterio de proximidad. Siguiendo con los criterios de noticiabilidad, la violencia, la sangre son elementos que contribuyen a que un hecho se considere noticioso, pero para *El País*, al carecer de la proximidad afectiva, estos crímenes pierden significación.
- En lo que a las fuentes se refiere, *Alfa y Omega* acude a fuentes personales primarias, mientras que *El País* solo en dos ocasiones se nutre de colaboradores de la zona. En el resto firman como *redacción* y *agencias*. Esto es un indicio inequívoco de falta de interés del medio en los sucesos.
- En el transcurso del trabajo, he podido darme cuenta de que Nigeria sí es objeto de atención de la sección internacional del diario *El País*, dado que he encontrado un total de 35 informaciones sobre los siguientes hechos: política, pobreza

extrema, música, migración, seguridad, elecciones, economía, entre otros. Este número contrasta con la cantidad de informaciones sobre las persecuciones y asesinatos de miembros de la comunidad cristiana en el país africano, que como ha quedado acreditado es muy reducido.

- Respecto a las cuestiones de deontología y ética he hablado de que el periodista tiene la obligación de informar de forma veraz, al igual que la ciudadanía tiene derecho a acceder a una información relevante y veraz. *El País*, al no estar informando de estos crímenes impide que la ciudadanía tenga acceso a esta información y pueda tener una idea cabal de lo que ocurre en esa parte del mundo. En este sentido, podemos aventurar que el silencio también puede mentir.
- El papa recuerda en la 57ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales a los periodistas, no solo a los católicos, que la verdad es un bien común y como tal se debe proteger, ya que es la base de las relaciones auténticas.

## BIBLIOGRAFÍA

Agencia de crédito a la exportación. (2023). *Informe Nigeria*. CESCE. Recuperado de <https://www.cesce.es/documents/20122/0/INFORME+NIGERIA++++25+octubre+2023.pdf/65ce3fe1-2ece-e243-aac5-367fc5146b09?t=1704194391515>

Asamblea General de la ONU. (1948). "Declaración Universal de los Derechos Humanos". París, 10 de octubre de 1979. (pp. 23564-23570). Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1979-24010>

Balladares, J. (2017). *Una ética digital para las nuevas generaciones digitales*. Universidad Católica de Ecuador. Recuperado de <https://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/81/174>

Barroso Asenjo, P. (2011). Códigos de deontología periodística: análisis comparativo. *Universitas: revista de ciencias sociales y humanas*, 15, 141-176. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5968513>

Bettetini, G. (1997). *El espectáculo de la violencia*. Aceprensa. Recuperado de <https://www.aceprensa.com/cine-series/el-espect-culo-de-la-violencia/>

Bettetini, G. y Fumagalli, A. (2001). *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. La Crujía.

Bonete Perales, E. (Ed.). (1999). *Ética de la comunicación audiovisual*. Tecnos. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=322495>

Brajnovic, L (1978). *Deontología periodística*. Universidad de navarra. Barañain: EUNSA. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/handle/10171/60376>

Castelli, E. (1981). *Manual de periodismo: teoría y técnica de la comunicación impresa*. Plus Ultra. Recueprado de [https://books.google.es/books/about/Manual\\_de\\_periodismo.html?id=NQgvAAAAYAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.es/books/about/Manual_de_periodismo.html?id=NQgvAAAAYAAJ&redir_esc=y)

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod\\_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducción%20a%20la%20teoría%20general%20de%20la%20Administración.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducción%20a%20la%20teoría%20general%20de%20la%20Administración.pdf)

Constitución de Nigeria (1999). *Comparador de Constituciones. Proceso constituyente*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Recuperado de <https://www.bcn.cl/procesoconstituyente/comparadordeconstituciones/constitucion/nga>

Constitución Española. Artículo 20. (1978). BOE, 29 de diciembre de 1978. (num 311). Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-31229&p=20240217&tn=1#a20>

Contreras, D. (1999). *Modelos de vida para el gran público*. Aceprensa. Recuperado de <https://www.aceprensa.com/cultura/modelos-de-vida-para-el-gran-p-blico/>

Dupont, J.B et al. (1984). *Psicología de los intereses*. Herder.

Estupiñan, F. (1999). El sentido crítico y los medios de comunicación. *Ámbitos* 3-4 (2), 61-68. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67139/revista-comunicacion-ambitos-03-04-57-64.pdf?sequence=1>

González Urbaneja, F. (2020). ¿Qué principios éticos son fundamentales para ejercer la profesión de periodista? *Cuadernos de Periodistas*, 39, 120-124. Recuperado de <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/1-que-principios-eticos-son-fundamentales-para-ejercer-la-profesion-de-periodista/>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2023). *Ficha Nigeria*. Recuperado de [https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/NIGERIA\\_FICHA%20PAIS.pdf](https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/NIGERIA_FICHA%20PAIS.pdf)

Muñoz-Torres, J. R. (2002). *Por qué interesan las noticias: un estudio de los fundamentos del interés informativo*. Barcelona: Herder.

Núñez, M. (1993). *Código europeo de deontología del periodismo*. Consenjo de Europa. Recuperado de <https://periodistasandalucia.es/wp-content/uploads/2017/01/CodigoEuropeo.pdf>

Palomo, B., & Palau-Sampio, D. (2016). *El periodista adaptativo. Consultores y directores de innovación analizan las cualidades del profesional de la comunicación*. Profesional de la información, 25(2), pp. 188-195. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.05>

Papa Francisco. (2023). *Hablar con el corazón, «en la verdad y en el amor»*. Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia en LVII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 2023. Recuperado de <https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/20230124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>

Papa Francisco. (2024). *Inteligencia artificial y sabiduría del corazón: para una comunicación plenamente humana*. Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia en LVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 2024. Recuperado de <https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/20240124-messaggio-comunicazioni-sociali.html>

Pérez García, F. (2023). *Los medios de comunicación de la era digital*. Fundación BBVA. Bilbao: Martín Gràfic. Recuperado de [https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE\\_2023\\_MediosComunicacion\\_Ivie.pdf](https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf)

Restrepo, H. (2013). *El periodismo ético se resume en cinco principios*. Fundación Gabo. Colombia. Recuperado de <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/el-periodismo-etico-se-resume-en-5-principios-ejn>

S.A. (2023). *Nigeria es uno de los países más peligrosos para vivir la fe cristiana*. Ayuda a la Iglesia Necesitada. Recuperado de <https://www.ayudaalaiglesianecesitada.org/noticias/nigeria-es-uno-de-los-paises-mas-peligrosos-para-vivir-la-fe-cristiana/>

S.A. (2013). *Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)*. Unión Profesional. Recuperado de <https://unionprofesional.com/estudio/federacion-de-asociaciones-de-periodistas-de-espana-fape/>

S.A. (2018). *16 principios éticos para los profesionales de la comunicación*. Dircomfidencial. Recuperado de <https://dircomfidencial.com/comunicacion/16-principios-eticos-para-los-profesionales-de-la-comunicacion-20180824-0403/>

Sánchez, C. (2015). *El periodismo clásico frente al nuevo periodismo*. Universidad de San Martín de Porres (Perú).

Vargas, J. G. C., & Aguilar, A. V. V. (2022). *Relación de la Cultura Organizacional y el Desempeño Laboral en el área de ventas de las Universidades Privadas de Lima Metropolitana al 2020*. Universidad peruana de ciencias aplicadas. Lima. (pp.110) Recuperado de <https://doi.org/10.19083/tesis/654961>

S. A. (2023). *Francisco y la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: diez años de mensajes (2013-2023)*. ARAS Comunicación, Marketing, Publicidad. Recuperado de <https://arasagencia.com/francisco-y-la-jornada-mundial-de-las-comunicaciones-sociales-diez-anos-de-mensajes-2013-2023/>

S.A. (2024). *Nigeria: Información Económica y Financiera*. Datosmacro: expansión. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/paises/nigeria#:~:text=Nigeria%20es%20la%20economía%20número,habitante887%20%24%20dolares%20por%20habitante>