

una que planteaba la continuidad del patronato en virtud del traspaso de la soberanía de la Corona al pueblo, mientras que otro sector proponía un reconocimiento expreso por la Santa Sede. El gobierno del clero regular y el cambio en la liturgia que suponía la omisión de las plegarias por el rey hicieron más notoria la necesidad de comunicación con Roma. En este contexto surgieron las misiones Muzi y Cienfuegos.

Monseñor Octavio Ruiz Arenas, arzobispo secretario del Pontificio Consejo para la Promoción de la Nueva Evangelización, reflexiona sobre el papel de la Iglesia en la independencia de la América hispana. En su opinión, al estudiar la Iglesia no se ha de ver únicamente a la jerarquía sino a todos sus miembros. También subraya que las nuevas naciones hispanoamericanas, tras su independencia, estrecharon sus lazos con la Santa Sede.

Las conclusiones generales son expuestas por Josep-Ignasi Saranyana, profesor ordinario de la Facultad de Teología de la Universidad de Navarra y miembro del Pontificio Comité de Ciencias Históricas, quien entrelaza los estudios previos hasta conseguir una conseguida síntesis. Asimismo, subraya la necesidad de profundizar en la temática tratada a partir de un tratamiento interdisciplinar de la misma (Filosofía, Teología y Derecho).

La conveniente elección del tema en un momento en que la historiografía analiza cuidadosamente el engarce entre cambio y continuidad, la participación de especialistas provenientes de diferentes latitudes y la cuidada edición de la obra hacen especialmente recomendable la lectura de este libro.

Carlos Hugo Sánchez Raygada

Isabel Gálvez Arévalo, *El bien, constitutivo esencial de la comunicación ideológica*. Piura: Universidad de Piura – Facultad de Comunicación, 2011. 234 pp.

En el Derecho de la Información se estudian tres elementos: el sujeto, el contenido y el objeto. Sobre el primero se puede afirmar que es universal porque el derecho a la información es un derecho humano que corresponde a toda persona por el solo hecho de serlo. El contenido son las facultades a través de las cuales se realiza la información: difundir, recibir e investigar. Y el objeto es el mensaje informativo, del cual, a diferencia del carácter universal del sujeto, se predica que es general, en cuanto no todo lo que es fácticamente informable, lo es desde un punto de vista jurídico.

Así, la información ha de ser fiel a su propia naturaleza y respetar su contenido esencial, es decir, la verdad. Del mismo modo, ha de darse de manera armónica con los demás derechos de la persona, para que no solo no los vulnere, sino que los promueva para alcanzar una sociedad más justa.

Únicamente así, con verdad y promoción de los derechos de cada persona, se puede alcanzar una real información.

Esta información podrá ser de hechos, ideas o juicios. Los dos primeros tipos de información obedecen a los mensajes simples. Los hechos representan el mundo exterior del informador, son las noticias; su constitutivo esencial es la verdad lógica. Las ideas surgen del interior de cada persona, son portadoras de una visión del mundo que se construye a lo largo de la vida del informador. El constitutivo esencial de las ideas es la verdad operativa o bien. Finalmente, el mensaje de juicios es un mensaje compuesto en el que una idea subsume un hecho a través de un razonamiento lógico; su constitutivo esencial es la verdad criteriológica, el criterio.

A lo largo del desarrollo de esta disciplina científica, la mayoría de investigaciones han abordado el estudio del mensaje de hechos y el de juicios, justamente por su característica de tener un referente próximo externo. Así, el acercamiento académico al fenómeno informativo ha girado en torno a la noticia y la opinión; sin embargo, un aspecto fundamental de la comunicación es el mundo interior del informador. Este tema pendiente es el abordado por la Dra. Isabel Gálvez en su libro “El bien, constitutivo esencial de la comunicación ideológica”.

En el trabajo se evidencia que es en la comprensión del mensaje de ideas donde se cifra el sentido que puede tener cualquier tipo de información. Es desde el mundo interior del informador desde donde se fragua el producto informativo. Así, se aprecia de manera palpable la idea en las columnas de opinión (porque en todo juicio se revela una idea), en la publicidad (en el tipo de bien que se ofrece y en valores que se propugnan), en la comunicación audiovisual (en el elemento estético y en el sentido que se da a las historias), en la comunicación corporativa (en la consideración de los principios de la empresa), etc. Como se aprecia, las ideas son la base, el fundamento desde el que se juzga toda la realidad, por eso es tan importante y necesario desvelar el valor de la comunicación ideológica a los informadores.

Una cuestión central es que la comunicación de ideas, al tener como constitutivo esencial al bien, tiene por sí misma fuerza persuasiva, porque “es propio de la comunicación ideológica que el bien se difunda y se propague” (p.189). A diferencia de la verdad lógica (noticia), la verdad operativa o bien mueve a actuar, genera un cambio en el receptor porque pone en juego sus creencias sobre lo que es la realidad. Como explica Gálvez, “la comunicación ideológica recibida a lo largo de la vida propia es una fuente de la que brota continuamente, y de manera creciente, nuevas ideas y nuevas comunicaciones” (p.21).

Esta dinámica solo tiene sentido si está fundada en el bien. Por esto, el libro presenta, desde una perspectiva realista, un riguroso estudio sobre el bien. De allí, teniendo en consideración los principios de libertad, sinceridad,

subjetividad e independencia, se reflexiona acerca las clases de comunicación ideológica: la comunicación de ideas religiosas, ideas políticas, la comunicación artística y la científica.

Luego, se estudia los efectos de la comunicación ideológica. Se señala que “por su propia esencia, el bien es difusivo, y es el objeto de la voluntad; la voluntad es atraída por el bien, lo que pone de manifiesto el por qué las ideas son operativas” (p.156). Así, se sostiene que los dos efectos de este tipo de mensaje son la persuasión y la propaganda. Es un aporte especial alcanzar el sentido real de la propaganda. Se supera de este modo la consideración peyorativa que se tenía de propaganda (relacionada con la manipulación política) para presentarla como aquella consecuencia natural de difundir bienes categóricos u honestos, los que por su propia naturaleza tienden a propagarse.

El último apartado del libro desarrolla los principios éticos y jurídicos que regulan la comunicación ideológica. En este marco, se critica la comunicación del mal bajo apariencia de bien y se analizan los modos de desinformación que se pueden dar en el mensaje de ideas: la violencia, el terrorismo y la pornografía. Nuevamente, se precisa que no puede haber real comunicación si es que el mensaje no es fiel a su constitutivo esencial, en este caso, la verdad operativa o bien.

Finalmente, es relevante indicar que la tesis doctoral que inspira el libro en cuestión fue la última que asesoró el Dr. José María Desantes, uno de los grandes maestros del Derecho de la Información que dedicó su trabajo a promover una información cada vez mejor. Este patrocinio intelectual, sumado a los aportes ya presentados, hacen de esta obra una de obligada lectura para los estudiosos del Derecho de la Información. Ya se encontrará que con un estilo sencillo y a la vez riguroso, el libro presenta un horizonte lleno de posibilidades para la información, donde esta sea realmente para favorecer el crecimiento de las personas y crear mejores comunidades.

Tomás Atarama Rojas

Juan Cruz Cruz, *Neoplatonismo y mística. La contemplación en la obra de Tomás de Jesús*. Pamplona, EUNSA, 2013. 288 pp.

Tomás de Jesús (1563-1627) era considerado, con Santa Teresa y San Juan de la Cruz, uno de los más importantes representantes de la Orden de los Carmelitas Descalzos. Era justo rescatar su aporte respecto de la contemplación mística y esta es la tarea que se ha propuesto el profesor Juan Cruz Cruz en el presente libro.