

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



TESIS DE GRADO

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO QUE CAUSA EL
DISCURSO CRISTIANO EN LA
TELEVISIÓN DE COBIJA EN EL PRIMER
SEMESTRE DE LA GESTIÓN 2010”**

PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

POSTULANTE: Lucia Chávez Balcázar

TUTOR: Lic. Carlos Arce Castedo

Cobija – Pando - Bolivia
2010

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO QUE CAUSA EL
DISCURSO CRISTIANO EN LA
TELEVISIÓN DE COBIJA EN EL PRIMER
SEMESTRE DE LA GESTIÓN 2010”.**

Tesis de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando,
Área de Ciencias Sociales, Programa de Ciencias de la Comunicación Social.

Requisito para optar al grado de:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Lucia Chávez Balcázar

Cobija – Pando - Bolivia
2010

Esta Tesis de Grado, ha sido aceptada en su presente forma, por la Universidad Amazónica de Pando, Dirección del Área de Ciencias Sociales y aprobada por el Tribunal.

FIRMANTES:

Lic. Matilde Zambrana Torrejón
Presidente del Tribunal

Lic. Alfredo Aparicio Callaú
Tribunal

Lic. Sandra Cabrera Holanda
Tribunal

Lic. Carlos Arce Castedo
Tutor

Lucía Chávez Balcázar
Postulante

DEDICATORIA:

Dedico el presente trabajo a todas aquellas personas que se sienten sin fuerzas, ni esperanzas para seguir luchando por una vida mejor.

"El Débil diga Fuerte Soy" frase con la que insto e impulso a las personas a reavivar el fuego de su Espíritu.

A mi hija, la fuente de todos mis anhelos, que me impulsó a seguir la vida a pesar de las enfermedades y adversidades.

A mi Padre Milton que aunque se encuentra lejos, me dio sus palabras de aliento. A mi Abuelo Tarsicio por su paciencia e impaciencia, los quiero...

A mi madre Erlina la razón e impulso para terminar este proyecto...

Bendita sea ante todo la Madre...

Que da todo por sus hijos.

AGRADECIMIENTOS:

A DIOS...

*El gran donador y mantenedor de la vida,
por brindarme ánimo conocimiento y
sabiduría para la realización de este
proyecto de investigación.*

*A los Docentes: Lic. Ingart Miahuchi, Lic.
Alfredo Aparicio C., Lic. Carlos Arce C., Lic.
Sandra Cabrera, y al Lic. Ramiro Chávez;
por haberme ayudado, estimulado y
aguantado, durante estos cinco años de
estudio a forjar conocimientos y formar un
cimiento más en mi vida, el ser Profesional*

*A mi madre Erlina y a mis hermanos; por
ser la fuente de aliento, y la gran
cooperación y comprensión durante la
realización del trabajo de campo.*

*A los Pastores y a las personas de las
diferentes Iglesias que me brindaron su
apoyo al recibirme y aceptarme para
realizar esta investigación.*

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	iv
ÍNDICE DE CUADROS.....	v
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vi
RESUMEN.....	vii

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 Justificación.....	3
1.1.3 Problemática.....	3
1.1.4 Objetivos.....	4
1.1.4.1 Objetivo general.....	4
1.1.4.2 Objetivos específicos.....	4
1.1.5 Hipótesis.....	5
1.1.6 Pregunta de investigación.....	5
1.1.7 Operacionalización de variables.....	6
1.1.8 Alcances de la investigación.....	7
1.1.8.1 Temático.....	7
1.1.8.2 Espacial.....	7
1.1.8.3 Temporal.....	7

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño Metodológico.....	8
2.1.1 Metodología cualitativa.....	8
2.1.2 Técnicas cualitativas de investigación.....	8
2.1.2.1 Observación participante.....	9
2.1.2.2 Historia de vida	9
2.1.2.3 Encuesta.....	10
2.1.2.4 La escala de Lickert.....	10
2.1.2.5 Entrevista estructurada.....	11
2.1.3 Tipo de estudio.....	11
2.1.4 Universo.....	12
2.1.5 Muestra.....	12

CAPÍTULO III**MARCO TEÓRICO**

3.1 Contexto mundial y discursos cristianos.....	13
3.2 Medios de comunicación.....	13
3.3 Impacto.....	14
3.3.1 Efecto de la telepredica.....	14
3.3.2 Resultados.....	16
3.3.3 Acciones humanas.....	18
3.4 Concepción ideológica.....	19
3.4.1 Creatividad.....	20
3.4.2 Pensamientos.....	20
3.4.3 Censo.....	22
3.4.4 Colectividad.....	22
3.4.5 Época.....	24
3.4.6 Desarrollo.....	29
3.5 Conductas y hábitos.....	30
3.5.1 Pautas de comportamiento.....	30
3.5.2 Acciones.....	31
3.5.3 Adopción de conductas y hábitos.....	31
3.5.4 Aceptación.....	32
3.5.5 Sociedad.....	34
3.6 Mediatización.....	34
3.6.1 Medio escrito.....	35
3.6.2 Libros y revistas.....	36
3.6.3 Medios de difusión.....	37
3.6.4 Televisión.....	38
3.7 Contenidos.....	38
3.7.1 Programas.....	38
3.7.2 Medios de comunicación.....	42
3.8 Discursos cristianos y Actividades.....	44
3.8.1 Convencimientos.....	45
3.8.2 Actitudes.....	46
3.8.3 Cristianismo y creencia.....	47
3.8.4 Los cristianos y el gobierno imperial.....	48
3.8.5 Política economía y Religión.....	48

CAPÍTULO IV**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1 Desarrollo de los procedimientos.....	51
4.2 Análisis e interpretación de la muestra.....	52
4.3 Sistematización de entrevistas.....	59
4.4 Sistematización de historias de vida.....	64
4.5 Diferencias entre la iglesia Católica y Evangélica.....	68

CONCLUSIONES.....	70
--------------------------	-----------

RECOMENDACIONES.....	75
-----------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA.....	76
--------------------------	-----------

ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1 Cambio y discurso cristiano por televisión.....	52
Gráfico Nº 2 Impacto del discurso cristiano transmitido por televisión.....	54
Gráfico Nº 3 Sentimientos – causa de los mensajes televisivos.....	58
Gráfico Nº 4 Expresiones recibidas a través del discurso.....	59
Gráfico Nº 5 Términos utilizados en discursos cristianos.....	60

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

Cuadro Nº 1 Variable dependiente.....	6
Cuadro Nº 2 Variable independiente.....	6
Tabla Nº 1 Respuesta opcional a pregunta Nº 2 Cambio ocurrido después de ver el discurso cristiano.....	51
Tabla Nº 2 Punto especial del mensaje que le llamó la atención.....	57
Cuadro Nº 3 Iglesias cristianas que utilizan la televisión como medio de enseñanza.....	61

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Glosario.....	1
Anexo N° 2 Guía de entrevista estructurada.....	3
Anexo N° 3 Nómina de entrevistados.....	4
Anexo N° 4 Guía de historia de vida.....	5
Anexo N° 5 Guía de encuestas.....	6
Anexo N° 6 Guía de escala actitudinal de lickert.....	7
Anexo N° 7 Enseñanzas espirituales a través de los discursos cristianos.....	49
Anexo N° 8 Mensajes como cambio de vida.....	50
Anexo N° 9 Punto en especial del mensaje que le llamó la atención.....	8

RESUMEN

La presente investigación es un aporte a la sociedad de una manera desinteresada, coadyuvando a las personas a que puedan lograr una transformación en su estilo de vida y su forma de pensar, de esta manera se sientan y sean aceptado en la sociedad, hablando de personas que tienen un rol social desaprobados por su grupo en común.

Los medios de comunicación como herramienta fundamental, forman parte de los instrumentos que ocasionan cambios ideológicos en las personas específicamente hablando de la televisión, este medio puede aportar en gran manera a un cambio de pensamiento, de rol social en aquellas personas que se sienten incapaces de hacerlos por si solos, sin ningún estímulo.

La metodología que se empleó fueron las encuestas, entrevistas estructuradas, historias de vidas, que fueron el punto clave para poder tener los datos necesarios.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en este último siglo han adquirido mayor protagonismo y se han convertido en instrumento portador del desarrollo de las sociedades. La televisión, muestra diversas realidades a través de los mensajes emitidos.

El presente trabajo denominado “Análisis del impacto que causa el discurso cristiano en la televisión de cobija en el primer semestre de la gestión 2010”, pretende ser un referente de la situación actual en la que se encuentran las iglesias cristianas y los medios de comunicación, en este caso la televisión.

Los resultados demuestran que la incursión de la religión en los medios de comunicación televisivos, es un instrumento que lleva al individuo al aprendizaje y práctica de la Palabra de Dios. Los cambios de vida, hábitos se dan por el impacto que tienen los mensajes a través de la televisión.

Esta investigación tiene un valor social y no es tarea fácil, sin embargo se torna una necesidad imprescindible como parte del trabajo cotidiano que los medios de comunicación social deben brindar a la sociedad de una manera dinámica y llamativa.

En la recopilación de datos se emplearon técnicas como la entrevista estructurada, dirigida a líderes eclesiásticos y de opinión de las seis iglesias estudiadas, las historias de vida de algunos asistentes a las iglesias que fueron protagonistas de procesos de cambios de vida.

Asimismo, se aplicó la encuesta a asistentes a las iglesias y la escala de lickert instrumento de medición de actitudes.

El presente trabajo, consta de cinco capítulos que se han desarrollado de la siguiente manera:

El Capítulo I comprende las generalidades, contiene una explicación sobre la investigación desarrollada, de manera que se tenga un conocimiento cabal de lo que se trabajó.

En el Capítulo II se describe la metodología empleada, las técnicas y herramientas que fueron utilizadas en la recolección de la información.

En el Capítulo III se desarrolla el Marco teórico acerca del tema, que permite comprender las diferentes teorías señaladas por diversos autores.

El Capítulo IV está referido al análisis e interpretación de resultados recolectados en la muestra señalada en esta investigación. Asimismo, algunas estadísticas que permiten comprender más claramente el trabajo desarrollado.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones, contenido que permite dar respuesta a la investigación trazada.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Planteamiento del problema.

1.1.1 Antecedentes.

Nadie duda, sobre todo en las últimas décadas, el importante papel que los medios de comunicación de masas han desempeñado en la conformación de las imágenes públicas. No menos importante ha sido la incursión, no reciente de predicadores cristianos y de otras religiones que han utilizado en forma excesiva las ventajas que les brindan los medios de comunicación, como una forma de llegar a públicos cada vez más numerosos.

Un discurso frecuentemente utilizado por las iglesias cristianas católicas y evangélicas, es aquel que va en los mensajes emitidos desde los medios, respecto a modelos sociales que tienen una estabilidad cultural y que en muchos casos colisionan con creencias locales.

Crece la demanda de contenidos religiosos en los medios. Esto puede tener sus desventajas, como han demostrado «El Código da Vinci» y el «Evangelio de Judas». Pero también significa que se están abriendo las puertas a los cristianos que desean transmitir sus mensajes.¹

Las ventas en Estados Unidos de productos religiosos es probable que alcancen los 9.500 millones de dólares en el 2010. Esta estimación viene de la editora de estudios de mercado Packaged Facts. Además de mercado del cine, están aumentando las ventas de libros, música, vídeo juegos y software de orientación cristiana.²

¹ En NUEVA YORK, sábado, 10 junio 2006 (ZENIT.org)

² informaba el New York Times el 26 de abril de 2006

En mayo, otro periódico británico, el Independent, también reflexionaba sobre la popularidad de los programas reality religiosos. En junio se verá «The Convent», de la BBC se guió la experiencia de cuatro mujeres que pasaron seis semanas en una comunidad de monjas. En junio también se transmitió en Channel 4 «Six Feet Under: The Muslim Way», sobre una funeraria musulmana de Londres.

Independent observaba que para atraer la atención de la nueva generación, la religión necesita entretener. Y la típica orientación de interés humano de los programas reality es una forma de hacerlo.

También, está apareciendo el formato reality en Estados Unidos. «God or the Girl», una serie en cinco partes, comenzó en Domingo de Pascua, emitida en A&E Televisión. Los cuatro protagonistas tienen que decidir si entran en el seminario o eligen el matrimonio.

Otras iniciativas para difundir el mensaje religioso incluyen una estación de radio satélite para la ciudad de Nueva York. La arquidiócesis católica anunció recientemente un acuerdo con Sirius Satellite Radio para establecer un canal, informaba el New York Times el 11 de mayo. Joseph Zwilling, portavoz de la arquidiócesis, afirmó que está programada que el canal comience este otoño.

Los grupos religiosos a través de los medios de comunicación en la ciudad de Cobija han venido introduciéndose en las familias de una manera sorprendente, ya que la música Pop, reggaetón, baladas y otros géneros han jugado un papel importante en cuanto a la evangelización.

Los jóvenes han sido el punto clave para esta actividad con los concursos radiales, como por ejemplo: reconoce la canción, o quien la canta, de esta forma han sido involucrados a la denominación perteneciente de ese medio.

En la ciudad de Cobija se cuenta con diferentes canales televisivos que transmiten sus señales, entre los que podemos mencionar: LA Red Cristo Viene, dirigido por el

Pastor Ricardo Claire que se transmiten en señal abierta por el canal 36, y el canal 5 Red Uno por el cual emiten sus señales la Red Avenir; la misma no comprende las 24 horas, solamente transmiten por la mañana aproximadamente tres horas y por las noches una hora antes de cerrar sus emisiones. Mencionamos también el canal 39 transmitido por TV Cable denominado Enlace.

1.1.2 Justificación.

El contenido de los discursos cristianos se ha mediatizado aproximadamente a partir de la década de los ochenta con uno de sus principales exponentes: Jimmy Shuagart. Las personas que han incursionado en la televisión, pasaron por un proceso de adaptación al utilizar estas nuevas tecnologías para afianzar su fe.

Los discursos instan a la sociedad, al cristianismo evangélico, a que adopten sus creencias, buscando una mejor forma de vivir y lograr así condiciones favorables para sus familias.

En el caso de los contenidos de los discursos cristianos a través de la mediatización televisiva, tienden a ser vulnerables cuando estos no son aceptados dentro del núcleo de personas donde los reciben.

En este contexto la presente investigación podrá servir como apoyo para verificar si los contenidos de los discursos cristianos que son mediatizados a través de la televisión influyen en las personas.

1.1.3 Problematización.

Los contenidos de los discursos cristianos mediatizados a través de la televisión se constituyen en relaciones de poder entre los medios y el hombre, de esta forma se ha vuelto un instrumento de dominación de los grupos.

Los discursos cristianos a través de sus contenidos cambiaron de manera vertiginosa los roles de algunas personas dentro de la sociedad; lo que ha sido causa de conflictos entre algunas personas.

La argumentación lógica que se le da a este tipo de problemas se basa en la observación detenida, que se puede realizar en una persona dentro de la sociedad la misma que se encuentra en proceso de cambio de pensamiento o religión. Cuando ésta, no siendo cristiana es asistida por una que si lo es, la herramienta principal a utilizar para poder influenciar a estas personas es la televisión, ya que se constituye en una herramienta de entretenimiento para las personas asistidas.

La ciudad de Cobija con una población de aproximadamente 50.000 personas, se encuentra en etapa de crecimiento y desarrollo, por tal motivo la mayoría de las personas se conocen y pueden observar las vivencias de otras en su núcleo social, pueden palpar, de una manera clara, las diferentes actividades que realizan sus vecinos; mucho más si tienen cambios de conducta y actitud.

1.1.4 Objetivos.

1.1.4.1 Objetivo general.

Identificar el impacto que causa el discurso cristiano por el uso de la televisión como herramienta mediática, en la ciudad de Cobija.

1.1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los grupos cristianos que utilizan la televisión como herramienta para difundir los discursos cristianos.
- Determinar el grupo específico de personas dentro de la ciudad de Cobija que reciben el discurso cristiano a través de la televisión.

- Analizar la forma en que estas personas decodifican el mensaje que reciben del discurso cristiano a través de la televisión.
- Analizar cambios que manifiestan las personas que sintonizan el discurso cristiano, a través de la televisión.

1.1.5 Hipótesis.

La mediatización de los contenidos de los discursos cristianos a través de la televisión produce impactos en la conducta, hábitos y concepción ideológica de la población cobijeña.

1.1.6 Pregunta de investigación.

¿Qué clase de influencia generan los discursos cristianos que se transmiten a través de la televisión en la comunidad cobijeña?

1.1.7 Operacionalización de variables.

Cuadro N° 1

Variable dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Impacto	Efecto que produce una determinada acción humana sobre los demás.	Efecto Acción humana	Resultados Actividades	Observación Participativa Historia de vida
Concepción de vida	Conjunto de ideas que caracteriza el pensamiento de una persona o colectividad.	Ideas Pensamiento Colectividad	Creatividad Preguntas Censo Clases Sociales	Encuesta Observación participativa
Conductas y hábitos	Pautas de comportamientos que adoptan las personas ante la sociedad.	Comportamiento. sociedad	Actitudes Clases sociales	Escala de licker Entrevista. Encuesta

Cuadro N° 2

Variable independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Mediatización	Transformar un mensaje para transmitirlo por un medio de difusión.	Televisión	Programas	Observación Participativa.
Contenidos	Conjunto de ideas que contiene dentro de algún programa para ser transmitido por un medio de difusión.	Ideas. Programa.	Creatividad. Grabaciones. Televisión.	Entrevista. Observación participativa.
Discurso Cristiano	Presentación oral de un representante religioso que explica acerca del cristianismo.	Mensaje Cristianismo.	Actividad. Creencia.	Observación. Escala de Lickert. Encuesta.

1.1.8 Alcances de la Investigación.

1.1.8.1 Temático.

El alcance temático de la presente investigación hace referencia al análisis del impacto de los discursos cristianos emitidos por la televisión.

1.1.8.2 Espacial.

El alcance espacial abarca a la población que incluye a seis Iglesias que utilizan la televisión como herramienta para transmitir el discurso cristiano.

1.1.8.3 Temporal.

El alcance temporal comprende a partir de febrero a junio de 2010.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1 Diseño metodológico.

2.1.1 Metodología cualitativa.

La presente investigación utiliza el enfoque cualitativo, para ello se utilizaron técnicas y herramientas que permitieron analizar los discursos cristianos emitidos a través de los canales de televisión. Se encuentra estructurada y sistematizada de la siguiente manera: la metodología es cualitativa. Como sostienen Denzin y Lincoln, es un campo muy amplio que atraviesa disciplinas, problemas de investigación, métodos y perspectivas epistemológicas. Implica una serie de prácticas que no se encuentran ligadas con una determinada teoría o paradigma en particular ni son privativas de una u otra área del conocimiento. Por consiguiente, no es un conjunto unificado de principios compartidos por numerosos estudios, si no un campo marcado por tensiones y contradicciones que se expresan en distintas definiciones y concepciones, paradigmas y estilos de investigación.³

En la investigación se utilizó la observación participativa para recolectar información, identificar, determinar y analizar la forma en que las personas decodifican el mensaje que reciben del discurso cristiano a través de la televisión.

2.1.2 Técnicas cualitativas de investigación.

Son aquellas que están destinadas a producir u ordenar datos del tipo palabras o símbolos. Las más usadas son la observación y la entrevista. Las técnicas de estudio que se utiliza en la presente investigación, “Análisis del Impacto que causa el Discurso Cristiano en la Televisión de Cobija en el periodo 2010”, fueron la

³ Pardinás, Felipe. *Metodología y técnica de investigación en ciencias sociales* IN Zorrilla A. Santiago*Torres, Miguel X. GUÍA PARA ELABORAR LA TESIS p. 19

observación participativa, historia de vida, análisis de contenido, la escala de Lickert, entrevista estructurada.

2.1.2.1 Observación participante.

Según Rossana Barragán, el nombre de la observación participante por Enrique Lindeman en su libro *Social Discovery*, en 1924, ella afirma que esta técnica viene de la antropología, de Bronislaw Malinowski, que realizaba un estudio fuera del grupo Trobriand, del mismo que no lograba tener ningún contacto con el grupo nativo, lo que lo llevó a tomar la decisión de establecerse en la aldea, lo que hizo que su presencia sea familiar y así logró no sólo conocer lo que necesitaba si no vivir sus propias experiencias de los nativos.⁴

Se decidió tomar esta teoría como referencia para realizar la observación participante y tener un contacto directo con las personas que reciben el discurso cristiano. Así, se identificó a personas, clases sociales y niveles de instrucción de los mismos.

2.1.2.2 Historias de vida.

Barragán menciona que la historia de vida se centra en un solo individuo, lo más importante es la trayectoria de vida del sujeto, y recalca que una historia de vida debe ser interesante, completa, genuina, sincera y autocrítica, lo que implica que el investigador es sólo el interlocutor de la narración.⁵

A través de esta herramienta, se logró identificar algunos aspectos socio-económicos que ocasionan el impacto de los contenidos a través de los discursos cristianos, en las personas que asisten a las cinco iglesias que se tomó como muestra para la investigación. Esta técnica se aplicó a cinco personas por iglesia, respondiendo a los objetivos trazados.

⁴ BARRAGAN, Rossana y SALMAN, Ton. Guía para la formulación y ejecución de Proyectos de Investigación, Cuarta Edición, Editorial Offset Boliviana Ltda. "EDOBOL" La Paz Bolivia. 2007. p. 129

⁵ BARRAGAN, Rossana y SALMAN, Ton, Op. Cit, p. 167.

2.1.2.3 Encuesta.

La encuesta consiste, “en medir respuestas, es decir hacer cuantificables las cuestiones que se estiman relevantes para los objetivos de la investigación, además de ser descriptivo, resulta ser un útil instrumento explicativo, Juan A. Gaitán Moya y José L. Piñuel Raigada, también resaltan que de esta información obtenida por las encuestas pueden derivarse tanto descripciones objetivas y subjetivas como explicaciones.⁶

En este sentido, para obtener mayor información sobre el tema de investigación se consideró la utilización de esta técnica que permitió conocer, el número de personas que reciben el discurso cristiano, entre los cuales lo aceptan y los que no lo aceptan, también se obtuvo una explicación de los temas de los discursos y el punto en especial de éstos que llamó la atención a las diferentes personas que lo observaron.

2.1.2.4 Escala de Lickert.

Esta Técnica se utiliza para medir por escalas las variables que constituyen actitudes. Gaitán y Piñuel, dicen que a diferencia de las de Thurstone no utilizan jueces, los pasos son los siguientes:

Primero se seleccionas el objeto de actitud, luego se obtienen un repertorio de ítems, pueden ser de 100 ítems o juicios de actitud, y como juicio se entiende la expresión de creencias, sentimientos u opiniones positivos o negativo en relación al objeto de actitud, luego se elabora una escala de clasificación de cinco puntos, se selecciona una muestra representativa de la población a evaluar y por último se selecciona los ítems discriminantes y eliminación del resto.⁷

⁶ GAITAN MOYA, Juan A., PIÑUEL RAIGADA, José L., Técnicas de Investigación en Comunicación Social, Editorial SÍNTESIS S.A. España Madrid, 1998. p.,143

⁷ GAITAN MOYA, Juan A., PIÑUEL RAIGADA, José L., Op. Cit. p. 228-229

Esta herramienta se utilizó en las mismas personas en que se aplicaron las encuestas, de esta manera se obtuvo la información, que ayuda a conocer las actitudes negativas y positivas (hábitos y conductas) de estos individuos, que son receptores de la información a través del discurso cristiano impartido en las respectivas iglesias.

2.1.2.5 Entrevista estructurada.

La entrevista estructurada y estandarizada consiste, en ser prediseñada, con preguntas fijas que deben responder los entrevistados. Se realizan con un cuestionario o pautas de preguntas; se trata de un guión donde se plantean las preguntas de la misma forma y en el mismo orden. En general, Rossana, afirma que se utiliza este sistema cuando las respuestas alternativas son conocidas, limitadas en números y claramente definidas.⁸

Para obtener mayor información sobre el tema de investigación se consideró la utilización de la entrevista estructurada, dirigida a líderes eclesiásticos de las cinco iglesias seleccionadas, establecidas en la ciudad de Cobija.

Se conoció el porqué utilizan el discurso cristiano transmitido por la televisión, para la enseñanza espiritual, y si influyen de algún modo en el crecimiento poblacional de asistentes a sus iglesias.

2.1.3 Tipo de estudio.

Por la profundidad del estudio, las variables y alcances, de la investigación son de tipo descriptiva y longitudinal.

A través del estudio descriptivo se determina cómo es o cómo está la situación de las variables que se tomó como lineamiento en nuestra población. La presencia o ausencia de algo, la frecuencia en que ocurren los fenómenos y en quiénes, dónde y cuándo se está presentando dicho fenómeno.

⁸ BARRAGAN, Rossana y SALMAN, Ton, Op. Cit, p. 142-143

En la investigación longitudinal; se estudian las variables a lo largo del periodo según el Problema, Richard A. Koría Paz. También agrega que en este tipo de investigación el tiempo es importante, por la relación causa y efecto, lo que se mide en un determinado tiempo.⁹

A través de este estudio se determinó como está la situación del impacto que causa el discurso cristiano en las personas, la necesidad que se tiene del mismo, y se identificó a las personas, el lugar y el tiempo determinado de estudio.

2.1.4 Universo.

El Universo está constituido por las seis iglesias cristianas; evangélica y católica de la ciudad de Cobija.

2.1.5 Muestra.

La muestra fue tomada sencilla al azar por el motivo que no se puede definir cuantas personas específicamente asisten a una iglesia, razón que es una actividad constante e inconstante.

⁹ KORÍA PAZ, Richard A, La metodología de la Investigación desde la Práctica Didáctica. "El país S.A." p. 84-85.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 Contexto mundial y discursos cristianos.

Los discursos cristianos, las nuevas tecnologías y la comunicación, son factores que combinados muestran su importancia en la transformación de la nueva forma de evangelizar a nivel global y es uno de los cambios notables que impactan en la sociedad.

En las últimas décadas, las nuevas herramientas tecnológicas de la información y la comunicación, han producido un cambio profundo en la manera en que los individuos se comunican e interactúan en el ámbito de los negocios, y han significado avances en la industria, la agricultura, la medicina, el comercio, la ingeniería y, por supuesto, en la religión.

También tienen el potencial de transformar la naturaleza de la evangelización de persona a persona, a algo masivo, así como de introducir cambios en los roles de las personas que reciben esta clase de enseñanza.

3.2 Medios de comunicación.

Los medios de comunicación en estos últimos tiempos están dando un salto vertiginoso en cuanto a la enseñanza, las aplicaciones de nuevas páginas buscadores de información en la Web, los paquetes de exploración implementados en las computadoras (Encarta, lengua hispana, dactilografía), y otros. Son una muestra del avance tecnológico, hablando de la televisión, los canales como Discovery kids, que se encargan de enseñar a los niños como desarrollar más rápido su intelecto, y también sobre los animales en el programa Animal Planet. Porque no hablar también de las iglesias, que utilizan como herramienta de evangelización a

los medios de comunicación, en un intento acelerado por cumplir la misión que se han impuesto, la cual es llevar la palabra de Dios por todo el Mundo

3.3. Impacto

Efecto que produce una determinada acción humana sobre los demás.

3.3.1 Efectos de la telepredica.

A diferencia de la teoría y práctica comunicativa de la iglesia Católica, en Norteamérica el fundamentalismo evangélico asume su presencia en los medios de comunicación masivos de una manera disgregada. El teólogo y sociólogo Hugo Assman toma el concepto de iglesia electrónica específicamente a la televisión con dirigencias religiosas personalizadas y autónomas.

Su estudio se basa en la iglesia electrónica, el fenómeno en Estados Unidos de distintos tele evangelistas; sitúa en el contexto histórico-social la crisis de legitimidad del capitalismo en su fase de transnacionalización, y su derivado ideológico de la mercantilización de la sociedad.

Indica que tele evangelistas como Oral Roberts, Jimmy Swaggart, Jim Bakker y Pat Robertson tienen un gran poderío económico y comunicacional, como también sus vínculos con las facciones conservadoras de la derecha estadounidense, especialmente a través de la Asociación Nacional de Emisoras.

Sus mensajes de estos tele evangeslistas son maniqueistas (Dios/diablo), con énfasis en los milagros terapéuticos, financieros, emocional; los milagros financieros se refiere interpretando en la historia causada por la pobreza con las acciones de Satanás. Estos mensajes utilizan técnicas sofisticadas, que son producto de grandes inversiones en los centros de producción y en la capacitación del personal.

El autor también recalca las técnicas utilizadas por la mayoría de estos tele evangelistas, para la recaudación de fondos, con diferentes actividades como la venta de espacios sagrados (contribución para la construcción de los centros televisivos), la venta de tiempo de oración (el contribuyente recibe oraciones de parte del predicador), la venta de objetos religiosos (medallas con versículos bíblicos, prendedores, cassettes) y el pedido de auxilio económico ante el cierre del canal por dificultades financieras.

Estos estudios datan del año 1988, lo que queda por investigar si ha sufrido cambios a la caída de algunos de estos televangelistas como Swaggart y Bakker al tener la dificultad de mantener su credibilidad, estos se reflejan en películas comerciales donde el protagonista es un timador que ejerce de predicador.

Continuando con el teórico Assman en su libro que titula "*La iglesia electrónica y su impacto en América Latina*", en la segunda parte, referida al "impacto", primero de la penetración de sus pares importados desde Estados Unidos; y segundo, el grado en que diversos programas radiales (particularmente en el eje Río de Janeiro –San Pablo) establece que imitan a sus pares norteamericanos.

El mismo autor plantea, al finalizar su trabajo, la evidente necesidad de ampliar el espectro del estudio y profundizar el estudio de las audiencias en que impactan estos programas.

En general, el principal cuestionamiento formulado es la ausencia de una opción referencial por los pobres con miras a un cristianismo liberador y a la justicia social. Esto es posible, argumenta el autor, a partir de la cosificación del mensaje bíblico.

Lo que quiere decir Assman es que ellos venden Salvación, no venden biblia, que se agarran de objetos devocionales, versículos sueltos, también indica que una de las formas de saber porque el fundamentalismo religioso llega a la sociedad empobrecida es con un análisis de la relación del mensaje con sus formas simbólicas

y el universo de los oprimidos, pero más indica que es la cotidianidad de los sagrado en la vida de las personas que sufren privaciones, la relación entre el mensaje o predicación y el análisis de discurso, la simbología; el culto y la comunicación grupal y su matriz cultural andina, y el universo de la cotidianidad la relación entre los creyentes.

Entre las conceptualizaciones que estas personas se guiaron para su investigación tenemos los siguientes términos: se utilizó el término grupo, congregación, comunidad, iglesia y en casos más particulares avanzada que dan cuenta del objeto de estudio de manera simple y conveniente¹⁰.

3.3.2 Resultados.

Paul A. Soukup con sus trabajos: La Iglesia y los Medios de Comunicación Social, Relaciones y Magisterio, se refiere con respecto a resultados que se tienen por la utilización de las nuevas tecnologías, como es la televisión, para la evangelización.

Indica que la situación de la iglesia frente a los MCS cambió radicalmente, no solo mediante el decreto Inter-Mirifica, sino en otros documentos conciliares; él indica que los padres se dieron cuenta que la tecnología está cambiando la faz de la tierra lo que causaría reacciones de cadenas *imprevisibles*¹¹.

Lo que lleva a preguntarse sobre el papel de la Iglesia y el de la tecnología en esta sociedad interactiva que surge de los nuevos avances, de la que nacen las interrogantes ¿Cómo puede ayudar la teología a los miembros de la Iglesia en el esfuerzo por mantener su libertad espiritual frente a los MCS? ¿Puede utilizar la teología los Medios de Comunicación Social, para corregir culturas dominantes y quizá para comunicar su propio mensaje?

¹⁰ PRADO, M. AMALIA. Dios es evangelista ¿No? Bolivia, Plural Editores, 34-37p. Assamn, Hugo: *La Iglesia Electrónica y su impacto en América Latina*, ED. Dei, San José, Costa Rica, 1988.

¹¹ Paul Soukup " Los Medios de Comunicación Social en los documentos de la Iglesia" aparecido en *Varios* "Sociología de la Religión: Medios de Comunicación Social". Rev. Concilium nº 250 (diciembre 1993), p. 99-109.

Sostiene la relación entre Iglesia y medios de comunicación, podría ser decisiva en la misión que tiene la iglesia para la realización del Reino de Dios.

Pero a diferencia de Paul; Johann Baptist Metz dice que más bien debemos acudir a las antiguas disciplinas del arcano, donde los cristianos se abstenían de hablar de sus misterios, sobre todo de la Eucaristía; para este autor, los medios de comunicación social no son objetivos ni asépticos transmisores del Misterio Cristiano. De esta forma logramos afirmar que el tema de la incursión de la religión en los medios de comunicación específicamente televisivos, se encuentra en un nivel alto de análisis de parte de diferentes expertos que intentan demostrar su aceptación o rechazo, y a la vez logran que se vayan abriendo nuevos horizontes; para que la religión, sobre todo la evangelización, logre su objetivo; cual es el de llegar a la mayor parte posible de personas a nivel mundial.

Bernardino M. Hernando, por su parte, en su artículo: Evangelio y Televisión, advierte que de caer en extremismos tendríamos resultados no favorables; ni lo uno ni lo otro es una buena medida para la buena apreciación evangélica.

Ciertamente la Iglesia ha hecho y está haciendo un enorme esfuerzo por no caer en ninguno de estos extremos, pero es indudable que valora y reconoce la gran importancia de que gozan en el momento actual los MCS y reconoce en ellos un instrumento eficaz para su tarea.

El siguiente documento es la instrucción: *Communio et progressio*¹² que la Pontificia Comisión para los Instrumentos de Comunicación Social editó en enero de 1971. En sus conclusiones defiende la necesaria implicación que los católicos han de tener en los MCS, e invita a que la Iglesia toda, universal y local, usen intensamente y con calidad de los MCS con vistas a la evangelización y la educación.

12 Pontificia comisión para los medios de Comunicación Social instrucción pastoral sobre los medios de comunicación social preparada por mandato especial del concilio ecuménico vaticano ii.

Por último vamos a tratar la *Aetatis novae*¹³, documento publicado por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales en 1991. Este documento está enfocado sobre todo a los miembros de la Iglesia que realizan tareas de comunicación dentro de ella. No obstante, tiene como elemento nuevo la insistencia en la necesidad de la planificación, en cada diócesis, de una pastoral de la comunicación, para la que da las líneas maestras.

Se puede concluir, que la Iglesia pretende ayudar a sus miembros y a todo hombre de buena voluntad frente a la presión cultural creando una conciencia crítica que propicie una lectura cristiana de la realidad de los Medios de Comunicación Social, mediante el reconocimiento de una serie de derechos que tiene el hombre para ser amparado frente a la opresión cultural. También diríamos que a pesar de esas voces en contra, la Iglesia en su magisterio más genuino reconoce la necesidad, la importancia y, sobre todo, la utilidad de los MCS para llevar a cabo su tarea evangelizadora y de servicio al Reino de Dios.

3.3.3 Acciones humanas.

Nada es permanente, excepto el cambio, “existe acuerdo en considerar como una de las características más significativas y permanentes del que hacer social actual. Nada es permanente, excepto el cambio afirma un proverbio chino que resulta particularmente ilustrativo de esta situación.

El fenómeno del cambio constituye un foco de preocupación de la sociedad contemporánea. La rapidez y continuidad de todo tipo de transformaciones, la interconexión y la anticipación del futuro son problemas de evidente importancia.

La economía ha cambiado, ha transitado desde prácticas locales a una actividad cada vez más globalizada. La política ha cambiado con el derrumbe de las ideologías. Lo propio puede afirmarse de la educación en permanente crisis, enfrentando una dura competencia con los medios de comunicación social e

¹³ Pontificio consejo para las Comunicaciones Sociales instrucción pastoral sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario.

inevitablemente sobrepasada por la evolución del conocimiento, a los nuevos hechos, al avance de la ciencia y la tecnología con su capacidad inagotable para desafiar una y otra vez nuestra visión del mundo.

El cambio no parece conocer límites, y tiene repercusiones en todos los rincones de la existencia social. Desde la vida concreta de las personas hasta los grupos, las instituciones y las organizaciones sociales. La cultura entera de un modo u otro termina afectada por este cambio.

En mayor o menor medida todos estamos enfrentados a continuas exigencias de adaptación. A cada paso surgen nuevos problemas y desafíos, para los cuales no siempre estamos bien preparados.

Lo que aprendimos ayer no sirve necesariamente hoy. Un número creciente de profesionales de distintas áreas están obligados a desempeñarse en actividades que no están contempladas en sus programas de estudios, y utilizar conocimientos y desplegar habilidades que ni siquiera existían cuando obtuvieron sus títulos. La seguridad que proporciona un mundo estable constantemente idéntico a si mismo es una ventaja de la que no gozan los ciudadanos al comenzar este tercer milenio.

Los nuevos problemas y desafíos y la multitud de oportunidades que encierran están por todas partes y uno de los rasgos decisivos del cambio en la actualidad es la aparición de formas insospechadas que implican nuevas maneras de conocer y de concebir la realidad. Surgen nuevas estructuras, nuevos valores cambian la sensibilidad. Los hombres ya no son los mismo y el mundo que habitan tampoco”¹⁴.

3.4. Concepción Ideológica.

Conjunto de ideas que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época. Ideología, amplio sistema de conceptos y creencias, muchas veces de

¹⁴ LÓPEZ PÉREZ Ricardo. Tomado de EXPERTA Nº 1, marzo 1996, a través de un medio electrónico.

naturaleza política, que defiende un grupo o un individuo. El término fue acuñado por el filósofo Antoine Destutt de Tracy, uno de los llamados ideólogos que intentó reformar la sociedad pos-revolucionaria mediante una 'ciencia de las ideas' pragmática.

3.4.1 Creatividad.

La creatividad tienen cuatro enemigos según afirma el autor, que serían: los bloqueos, los prejuicios, el formalismo, la rutina, el facilismo. A la misma vez tiene cuatro fases positivas importantes: la preparación, incubación, iluminación y verificación.

Creatividad es hacer algo nuevo, diferente de lo que ya hay, inventar algo que no existía, tener ideas novedosas e innovadoras, también es transformar cosas que ya existen para hacer cosas que no existían hasta el momento, en definitiva crear es resolver problemas.¹⁵

3.4.2 Pensamientos.

Para Xavier Pikaza, somos comunicación. El dice que ningún continente de la tierra es nuestra tierra, y que ninguna zona del mundo nuestra patria. Nuestra «casa» o patria es el lenguaje, la historia de la comunicación: de ella nacemos (de lo que nos dicen y ofrecen en plano de palabra); en ella nos realizamos, acogiendo, ofreciendo y compartiendo un proceso simbólico de interacción personal, que nos define como seres en relación.

También resalta que la comunicación es la fuente de nuestra identidad: en ella somos, escogiendo nuestro ser; en ella se abre nuestro destino (no podemos ser de otra manera, ni volver al cosmos inconsciente).¹⁶

¹⁵ Cfr. VARCÁRCEL, Roberto, "Manual de la Creatividad para maestros de escuelas, 1995, p.19

¹⁶ XAVIER PICAZA, <http://w.w.w.comunicación.y.religión.com>.

Para esta definición tomaremos el concepto moderno que nació con los escritos de Karl Marx, que pensaba que *“las ideologías eran sistemas teóricos erróneos formados por conceptos políticos, sociales y morales desarrollados y protegidos por las clases dirigentes en su propio beneficio”*.

Aquí hay un importante aporte ya que no está lejos de la realidad actual; en estos tiempos los medios vienen siendo dirigidos por personas que tienen su línea política, ahora lo que pasa en el ámbito religioso local; se lo puede caracterizar más como medios que se delimitan a lo económico.

Sobre lo dicho anteriormente refiere también Marx: *“las jerarquías religiosas, por ejemplo, intentan perpetuar sistemas de fe que en el fondo protegen el bienestar económico de los que están en el poder, también indica este autor que algunos defensores de sistemas sociopolíticos se sentían libres de elegir su ideología, además tenían preferencial ideológica de su oponente en vez de la situación real”*. Esto dio motivo a que se estallara la propaganda más que los argumentos racionales.

“Con la llegada de las telecomunicaciones informáticas y de los sistemas de participación informática, a la Iglesia se le ofrecen nuevos medios para llevar a cabo su misión (...) Está claro que la Iglesia tiene que utilizar los nuevos recursos facilitados por la investigación humana en la tecnología de computadoras y satélites para su cada vez más urgente tarea de evangelización”.¹⁷

De esta manera, se afirma que la religión poco a poco ha sido mediatizada. Sin lugar a duda es un instrumento poderoso para las diferentes denominaciones, aplicándose distintos métodos al utilizar estos medios, las iglesias han ido acaparando a un número considerable de personas.

¹⁷ VE Multimedios&trade.

Los medios de comunicación son considerados por muchos el Cuarto Poder por su capacidad de influencia sobre la opinión pública, y sobre la formación de la mayoría de las personas en cuanto al tratamiento que se le da a diversos asuntos.

3.4.3 Censos.

En el informe de la Fundación Santa María, formulaban afirmaciones con las que el encuestado debía manifestar si estaba de acuerdo o no. El resultado, respecto a afirmaciones negativas era: “La Iglesia es demasiado rica”, sobre la que el 46’9% estaba de acuerdo; “Se aferra demasiado al pasado”, 44’9%; “su postura ante el control de natalidad”, 43’7%; “se mete demasiado en política”, 41’4%, en GONZÁLEZ¹⁸

El profesor Diego CONTRERAS (2004) ha mostrado cómo en la prensa internacional la perspectiva de la Iglesia no es tan negativa aunque sí fuertemente jerarquizada a diferencia del contexto español en el que se ha tenido ocasión de constatar los valores noticia señalados (POU, 2007) son discrepantes del pensamiento dominante y la vida social; el costumbrismo, la manifestación pública de la religiosidad. Todo ello formula la idea de trivialización y editorialización del discurso periodístico a partir del hecho religioso.¹⁹

3.4.4 Colectividad.

Al abordar este contenido es importante declarar lo que entendemos por comunidad, para ello sugerimos la definición dada por Alipio Sánchez (1991) quien dice que un sistema social, diferenciable en la división política, que con un entretrejo y la participación social establece, relaciones interpersonales, la comunicación e intereses comunes, la emergencia de intereses comunes y el desarrollo de un

¹⁸ María José Pou Amérigo *El hecho religioso y su tratamiento periodístico: .Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 568 2008, p.14 561-573

¹⁹ BLASCO, P. y GONZÁLEZ ANLEO, J., 1992: p.93

componente psicológico que sirve a cada uno de sus miembros, cumple funciones de integración y desarrollo dando un sentido de identidad.

Es importante destacar que existen factores que determinan el sentido de pertenencia hacia la comunidad: la percepción de similitud de cada uno con otra persona, la interdependencia mutua entre dichos individuos, la voluntad de mantener esa interdependencia, dando o haciendo, haciendo por otros lo que uno espera de ellos, el sentimiento de formar parte de una estructura social mayor estable y fiable.

Es importante además destacar la idea de que la dinámica propia de la comunidad debe devenir en cultura irrepetible, en sentido de pertenencia comunitaria de cada uno de sus miembros. Otra idea importante a señalar es que en el contexto comunitario se dan procesos o funciones que nos indican cómo la comunidad está protagonizando su mediación en la inserción social del hombre.

La comunidad como contexto generador de su propia identidad cultural, ejerciendo su influencia directa sobre la actividad habitual de sus miembros.

Definición de las funciones que cumple la comunidad: son la producción y consumo de bienes y servicios deseable, la socialización y transmisión de valores, control social para que los miembros cumplan la expectativas sociales de conductas normativas, el apoyo mutuo ofrecido por instituciones comunitarias formales o no institucionales y participación social.

Resulta necesario entonces consolidar el sentido de pertenencia de comunidad y la participación comunitaria, los individuos tienen que emerger como verdaderos sujetos activos, por lo que es necesario socializar la educación, enseñar a los hombres a pensarse a sí mismos y al mundo que los rodea, aspecto este imprescindible, para desarrollar en nuestras comunidades los recursos humanos con una perspectiva política, social, cultural y ecológica.²⁰

²⁰ TORRES, RODRÍGUEZ. Omar, "Selección de Lecturas para la Educación en Valores. p. 168

3.4.5 Época.

César también persigue demostrar que *la religión antigua era esforzada, lo que la hacía más creíble, también se refiere a los vicios e ideologías burguesas que cultivan la pureza de espíritus con monástica disciplina. Las comodidades, el confort, la belleza, como antes la riqueza, la sensualidad y la duda, son purgadas a base de pan y agua.*

*Indica que La **religión televisiva** porta un espíritu distinto, nada apocalíptico ni metafísico. Para la televisión la religión se ha metamorfoseado en aburrimiento y es este el único virus que hay que extirpar de la mente y el cuerpo del hombre. En cuanto al paraíso que obligaba a sacerdotes y revolucionarios a estar siempre cabalgando hacia delante, con la esperanza de llegar por fin a la tierra prometida, la televisión promete el paraíso en el disfrute de las tierra bendita de la programación: telenovelas, telefilmes, en síntesis: tele diversión.*

Esto suena un poco contradictorio pero cabe resaltar que; la persona como ser humano pensante siempre se dará su escapadita hacia la fantasía, religiosamente hablando; un desliz a lo que diríamos el infierno,

Continuando con las teorías ahora pongamos en la testera a Paul A. Soukup con su trabajo “La Iglesia y los MCS. Relaciones y Magisterio” quien se refiere a la mediatización de la siguiente manera.

“Es indudable que la situación de la Iglesia con respecto a los MCS cambió radicalmente con el Concilio Vaticano II. En él, no solo a través del decreto *Inter mirifica*, sino en otros documentos conciliares los padres *podieron ver claramente que el progreso y la tecnología ya estaban “transformando la faz de la tierra” (...).* Reconocieron, especialmente, que los desarrollos de la tecnología de las

comunicaciones con toda probabilidad iban a provocar reacciones en cadena de consecuencias imprevisibles²¹.

Esto, inevitablemente, dice; nos debe llevar a preguntarnos por el papel de la Iglesia y de la teología en esta “sociedad interactiva” que está surgiendo de los nuevos avances.

Es necesario, plantear dos cuestiones ante este tema, una sería ¿cómo puede ayudar la teología a los miembros de la Iglesia en el esfuerzo por mantener su libertad espiritual frente a la poderosa presión cultural que ejercen los MCS? y, segundo, ¿puede utilizar la Iglesia y la teología los MCS para corregir las tendencias culturales dominantes y quizá para comunicar su propio mensaje?

Según Paul, a diferencia de Rojas, los medios de comunicación pueden ser utilizados para infundir cultura, de lo cual estoy totalmente de acuerdo, ya que sin cultura la religión andaría coja, por ser esta una base fundamental para el conocimiento de sus simientes.

También dice que, *“en perspectiva teológica, el punto de referencia para entender la relación entre Iglesia y MCS viene dado, en última instancia, por el hecho de que la Iglesia tiene como misión el llevar a cabo la progresiva realización del Reino de Dios”.*

A diferencia de Cesar; Paul afirma que los medios de comunicación si pueden ser instrumentos para transmitir algo anhelado por los seres humanos: el Reino de Dios (Paraiso); además recibir aliento y descanso en algo real no ficticio como son las telenovelas, películas, etc. A mi parecer Paul tiene razón en esta parte.

Pero Paul cita también a autores que no están de acuerdo con la utilización de los medios de comunicación para propagar la religión como por ejemplo Johann Baptist

²¹ Paul Soukup “ Los Medios de Comunicación Social en los documentos de la Iglesia” aparecido en Varios “Sociología de la Religión: Medios de Comunicación Social”. Rev. Concilium nº 250 (diciembre 1993), p. 99-109.

Metz quien dice: *“con respecto al tema que nos ocupa, debemos acudir a la antigua disciplina del arcano, según la cual los primitivos cristianos se abstenían de hablar de sus Misterios, sobre todo de la Eucaristía”*, en medio de los ámbitos paganos en los que se movían. Para este autor, la utilización de los MCS, por cuanto estos no son objetivos o asépticos transmisores de la información, no es forma adecuada para la transmisión del Misterio cristiano.

De esta forma afirmarán que, el tema de la incursión de la religión en los medios de comunicación específicamente televisivos, se encuentra en un nivel alto de análisis por parte de diferentes expertos que intentan demostrar su aceptación o rechazo de los mismo, y a la vez logran que se vayan abriendo nuevos horizontes; para que la religión más que todo la evangelización logre su objetivo; cual es el de llegar a la mayor cantidad de personas a nivel mundial.

Otro autor Bernardino M. Hernando, en su artículo *“Evangelio y Televisión”* advierte del peligro de caer en extremismos, no debemos ni actuar con desdén ni sobrevalorar los MCS, *ni lo uno ni lo otro constituye una buena medida de lo que debería ser la apreciación evangélica de los llamados por la Iglesia medios de comunicación social.*

Ciertamente la Iglesia ha hecho y está haciendo un enorme esfuerzo por no caer en ninguno de estos extremismos, pero es indudable que valora y reconoce la gran importancia de que gozan en el momento actual los MCS y reconoce en ellos un instrumento eficaz para su tarea.

Como nos dice el mismo Juan Pablo II *con la llegada de las telecomunicaciones informáticas y de los sistemas de participación informática, a la Iglesia se le ofrecen nuevos medios para llevar a cabo su misión (...) Está claro que la Iglesia tiene que utilizar los nuevos recursos facilitados por la investigación humana en la tecnología de computadoras y satélites para su cada vez más urgente tarea de evangelización.*

El siguiente documento es “la instrucción Communio et progressio que la Pontificia” Comisión para los Instrumentos de Comunicación Social editó en enero de 1971 pero lo más importante son las conclusiones donde se defiende la necesaria implicación que los católicos han de tener en los MCS, se invita a que la Iglesia toda, universal y local, use intensamente y con calidad de los MCS con vistas a la evangelización y la educación, se alienta a los católicos que trabajan en la industria de la comunicación y se exhorta a la colaboración con los diversos medios en la confección de las noticias sobre la Iglesia.

Por último vamos a tratar la “Aetatis novae”, documento publicado por el “Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales” en 1991, este documento está enfocado sobre todo a los miembros de la Iglesia que realizan tareas de comunicación dentro de ella. No obstante, tiene como elemento nuevo la insistencia en la necesidad de la planificación, en cada diócesis, de una pastoral de la comunicación, para la que da las líneas maestras.

“De este modo dichas industrias han venido a desafiar el poder y la autoridad legitimante de la iglesia y el Estado, y esas tres instancias (religión, medios y Estado) existen, ahora, en una especie de alianza negociadora inquietante en Occidente y en el ámbito global”, refiere Hoover.

En la actualidad, tomando en cuenta la vertiginosidad de las nuevas tecnologías y la presencia de internet, la relación religión-medios es mucho más inquietante, por cuanto a la velocidad de transmisión de la información, con imágenes, sonidos, etc., se une la presencia de los usuarios en tiempo real.

El comunicólogo Jesús Martín Barbero, advierte sobre el caso que los medios en América Latina están contribuyendo a re encantar el mundo y dar sentido a la vida de la gente: “Proponen nuevos modos mediáticos para que las personas se congreguen”. “Iglesia electrónica, fenómenos de sectas, fundamentalismos e integrismos de diversa índole, se extienden principalmente en iglesias protestantes,

donde los medios –la radio más que la televisión- aparecen como mediaciones modernas, fundamentales y masificadoras de la experiencia religiosa”, agrega.

Según un estudio de Zenit, grupo editorial vinculado con la Iglesia Católica, está comprobado que cada vez hay más gente que consulta cuestiones religiosas en internet que la que busca sitios pornográficos o de otra índole.

La tele evangelización, por ejemplo, cuenta con mucha experiencia desde su aparición en Estados Unidos. Es conocida la presencia mediática del reverendo Pat Robertson, del Club 700, quien incluso pidió recientemente la eliminación física del presidente venezolano, Hugo Chávez Frías, por considerarlo parte del eje del mal. Aunque se disculpó luego por su postura, después acusó al mandatario de haberle dado fondos al musulmán Osama Bin Laden, enemigo número uno de los estadounidenses.

En síntesis, en tiempos posmodernos las iglesias también se han adaptado a los nuevos retos de las comunicaciones. Con la ventaja de que trabajan en el espacio de la fe, que es milenario, y que, pase lo que pase, subsiste en cualquier parte de la humanidad.

Noam Chomsky advirtió en un artículo de opinión sobre el papel de los medios de comunicación de la necesaria presencia de la iglesia en la vida de las personas, con lo que se demuestra que nunca dejará de existir. Según él, “la crisis política en Centroamérica fue conocida por los norteamericanos a partir de que la iglesia sirvió de enlace, para que, por ejemplo, activistas salvadoreños denunciaran las atrocidades que sucedían en la década de los 80”.

En ese sentido, iglesia más medios es un binomio impactante frente a las audiencias. La mediatización tiene mucho terreno ganado en la religión, a la par de la política.

En conclusión de estas breves referencias y teorías diríamos que la incursión de la religión; en los medios de comunicación; es de vital urgencia por su importancia por ser y transmisora de valores; pero más que de valores diríamos de fe.

3.4.6 Desarrollo.

Existe, una conducta o psiquismo colectivo que tiene su sede en las conciencias individuales. Constituye una unidad de pensamiento, convicciones, emociones, tendencias o metas, que se producen bajo determinados factores sociales, a las cuales todos los sujetos se encuentran sometidos. Este psiquismo colectivo, lo que presenta lo que podría denominarse un alma nacional, cuando es manifestación de una serie de conductas afines de los integrantes de una nación, no tiene realidad por sí mismo, como no sea en el proceso de influjo recíproco que se ejercen bajo problemas comunes, en un grupo de sujetos.

Concretamente estas actitudes sociales se ponen de manifiesto entre los miembros de un grupo, en la cual tienen perfectamente conceptuado, y por el hecho de su pertenencia al mismo, son capaces de desarrollar un espíritu de conjunto y ciertas reacciones que sólo tienen lugar en el seno del grupo como tal, y no fuera de este.

La importancia del estereotipo, que puso de relieve Lippmann, es de mucha utilidad para entender el proceso de la opinión pública en nuestros días. La tendencia del sujeto a extraer imágenes del ambiente verbal y completar la percepción favorece la formación de estereotipos o percepciones mediante las cuales las reacciones individuales a un evento o ideas están sujetas a un previo condicionamiento.

Los medios de comunicación social proporcionan a una multiplicidad de imágenes, una realidad ya hecha y anticipada a la experiencia, que puede inducir a la proliferación de estereotipos. De hecho, muchas personas no tienen otro concepto de alguna etapa histórica, de algún acontecimiento o de la interpretación de un hecho, más allá de la que recibieron a través de la comunicación social, particularmente las películas o la televisión, que constituye su verdad y muy

probablemente, al evocar ese suceso relacionarlo con otros, asocial el estereotipo correspondiente.

Los medios en su constituyen un extraordinario avance; pero el problema radica en su operación y en contenido de los mensajes que transmiten. Cuando algún periódico se ha ufano de qué forma de opinión pública, hay que comenzar a preocuparse en serio y meditar.

3.5. Conductas y hábitos.

Pautas de comportamientos de adoptan las personas ante la sociedad. Mejía nos apuntala hacia el **concepto de las iglesias** para un mejor entendimiento de los medios de comunicación y religión cuando nos dice *“Las diferentes denominaciones religiosas presentes en el país sí vienen trabajando en esa dirección desde tiempo atrás. La iglesia católica y protestante, especialmente, se han insertado en la cultura mediática con buenas ganas, los católicos desarrollando proyectos educativos-comunicativos de cara a la realidad socio-económica y política en los salvadoreños.*

3.5.1 Pautas de comportamiento.

El control social, es una extensión del proceso de socialización. La socialización, sea la del individuo que crece, o la del inmigrante en su sociedad de recepción, significa en definitiva que la persona social aprende y actúa las pautas requeridas del comportamiento aprobado. Se aúnan las personas y las pautas, de modo que se puede seguir un modo de vida de grupo. El autocontrol es la extensión de socialización subjetiva. El control social es aspecto objetivo de la socialización. Es el mecanismo que perpetúa este proceso induciendo y manteniendo la conformidad de las personas con la pautas de conducta.

Será útil recordar aquí lo que ya dijimos acerca de la presión social. La jerarquía de las pautas de comportamiento, se evalúa según los tres criterios de valor, de conformidad y de presión. Al analizar el control social estudiamos los modos como

ejerce la presión social. El control social hace presión sobre los individuos para que se conformen con las pautas, roles, relaciones e instituciones que son considerados de alto valor en la cultura.

3.5.2 Acciones.

Una reserva preliminar conviene hacer en el estudio del control, hay que restringir este concepto a la zona de control gubernamental y político. La sociedad contemporánea conoce y teme el poder dominante del Estado sobre el individuo. Sin embargo, son de hecho, indirectas e impersonales. Mucho más poderosa es la influencia de otros grupos, y es un axioma que los pequeños grupos primarios ejercen sobre el comportamiento individual mayor y más directo control que las grandes asociaciones secundarias.²²

3.5.3 Adopción de conductas y hábitos.

Siguiendo con los diferentes conceptos y teorías que nos llevan a entender el presente trabajo se pasa a repasar los discursos cristianos.

Para poder ahondar se toma como punto clave la obra “El Sacro Objeto” (televisión y entretenimiento) de César Rojas Ríos, Quien dice que *de ahí en adelante, ¿qué? Derruido del comunismo, ¿qué sucedería?* Según el filósofo polaco Leszek Kolakowski plantea en su obra *El hombre sin alternativas* que “la vida social no soporta el vacío, y los presuntos espacios huecos que surgen a consecuencia de los taladros de los “cultos” son rellenados inmediatamente”. De esta forma según indica el autor fue como surgió la religión televisiva.

También Rojas menciona diferentes autores; quien dice que (Marshall McLuhan habló de “extención”, Abraham Moles de “periscopio”, Regis Debray de “esfera”, Neil Postman de “epistemología”, Giovanni Sartori de “galaxia” y Tom Wolfe de “atmósfera”), no que se trataba de una religión. Pero lo es. El perfil que mantiene es

²² LIDERAZGO Y CONTROL SOCIAL, Folleto, Fichter,p.24

inconfundible: hincados atenta y devotamente ante el altar televisivo rendimos culto a nuevo dios omnipotente y omnipresente: el entretenimiento. Su palabra y cántico nos llegan desde esa temblorosa superficie para aligerar nuestras almas del peso de la rutina, del día a día... de la vida, en suma. La televisión- en su inocencia y gracias a su oportunismo- se convirtió en el nuevo alimento espiritual de los pobres de espíritu.

En este capítulo de su trabajo Rojas toma como metáforas al decir que las personas cambian a un dios de espíritu por un dios que les da todo; sólo basta estar frente al dios televisor, bueno esto no nos muestra en sí lo que el discurso cristiano hace, pero sí; demuestra como la televisión con sus diferentes formas de atraer a las personas; logra su mayor atención de parte de sus receptores.

Según indica el autor *“la religión televisiva hermano el corazón de todos los humanos gracias al cuerpo y la sangre de un dios divertido. El monoteísmo, risa a risa, carcajadas tras carcajadas, ha sido restituido para alegría y consuelo de nuestras almas atemorizadas primero por las llamas del infierno, y luego, por las torturas de los campos de concentración.*

Aunque para nuestra posición no es favorable hay que reconocer que, es cierto que la televisión juntó los sentimientos de las personas, y más que todo juega con ellos, ya que; dependiendo del estado de ánimos del receptor busca como apaciguar momentos de luchas, conflictos y muertes reales en su sociedad, para transportarse a un mundo tranquilo, de risas, aunque sea solo una fantasía.

3.5.4 Aceptación.

Es importante también resaltar la Teoría de los Usos y Gratificaciones, ya que esta es una de la teoría más que nos respalda en el presente trabajo de una manera directa. A continuación detallamos un poco de la misma.

Pronto empezó la búsqueda de los tipos de necesidades que se podían resolver y de las satisfacciones que se iban a proporcionar por parte de los medios. Así, pues, la

idea central de esta teoría es que los efectos de la televisión dependen en parte de los usos que la audiencia hace de la misma y de las gratificaciones que los sujetos reciben. Por ejemplo, ver una película de terror es muy diferente para alguien que experimenta cierta empatía con la víctima que para aquel otro que, simplemente, se entretiene con el suspenso del argumento. Según esta teoría, los individuos son electivos y eligen conscientemente un determinado medio de comunicación o un producto del mismo, con las consecuentes funciones (informativa, de entretenimiento, etc.) que tanto el medio como el producto pueden tener para los sujetos en cuestión.

De igual forma, este medio puede utilizarse como refugio dentro del mundo de fantasía, los sujetos ven programas que de verdad le disgustan sobre manera para tener algún tema de conversación y sentirse menos solos (Palmgreen, 1984).

En esta misma línea de razonamiento, Winick (1988) habla de seis funciones de la televisión y las enumera según su importancia: 1) información; 2) relax y entretenimiento; 3) conversación; 4) motivos sociales; 5) estar al día; 6) compañía.

Según explica Kubey (1986), pasar muchas horas delante del televisor es más un efecto que una causa de los factores del humor, de la personalidad o de las dos a la vez. En este sentido, los individuos tienen sentimientos desagradables o pocos placenteros y buscan escapar de los mismos mediante la televisión.

Como síntesis, y siguiendo a Katz, Blumler y Gurevitch (1973), se puede decir que la perspectiva de los usos y gratificaciones se asientan en los siguientes cinco propuestos: 1) el público es activo y se acerca a los medios para lograr ciertos objetivos; 2) cada miembro de la audiencia tiene la iniciativa de vincular la gratificación de una necesidad con la elección de un medio; 3) hay una competencia entre los *mass medias* y otras fuentes a la hora de procurar gratificaciones a los sujetos; 4) los individuos poseen la suficiente capacidad para conocer sus motivos de uso o sus necesidades, lo que metodológicamente hace viable la técnica de la encuesta a los receptores o usuarios, siempre que el cuestionario empleado resulte adecuado; 5) los juicios de valor acerca de la calidad cultural e influencia nociva o no

de los contenidos de los medios resultan inválidos si se renunciara a conocer que declaran al respecto los componentes del público.

Fenigstein y Heyduk 1983 argumenta que un gran número de las investigaciones de la televisión se han centrado, principalmente, en los efectos de la misma y mucho menos en la atracción de o hacia la televisión. Es decir, a veces se habla de los efectos de la televisión son tener en cuenta la importancia que la atracción hacia la programación televisiva tiene en la producción de estos efectos. De hecho, existen estudios en los que se demuestra que la atracción hacia determinados programas incrementa las posibilidades de que éstos produzcan efectos en sus receptores (Conwy y Rubin, 1991).

3.5.5 Sociedad.

Para el estructural-funcionalismo, o funcionalismo estructural, fue una de las matrices teóricas relevantes para la investigación de la sociedad, hasta el punto que casi hasta la década de 1970 se erigió como el paradigma dominante de la sociología contemporánea.

Su atención está centrada en la existencia y subsistencia de la sociedad, las que atribuye al consenso entre individuos, grupos e instituciones, todos los cuales, según este enfoque, comparten valores y normas que posibilitan la cohesión y la estabilidad social, garantiza la producción de la estructura, promueve el cambio ordenado y controla los comportamientos amenazadores de la integración social.²³

3.6 Mediatización.

Ante la ampliación de la capacidad comunicativa, no se puede pasar por alto la importancia de la mediación comunicativa y algunas consideraciones generales sobre los medios.

²³ TORRICO VILLANUEVA. Erik r, "Abordaje y periodos, p. 39,40

En teoría de la comunicación, un medio es un simple artefacto que manipula información, pero además de la mediación de la escritura, tenemos otros procedimientos donde se utiliza la imagen o el sonido (teléfono, la radio, el cine, la televisión).

La significativa aplicación física de la capacidad de la comunicación es posible cuando estas se realizan a través de unos medios, esto hace posible una relación con una masa de sujetos receptores socialmente limitados a la información.

La utilización de los medios cambia el modelo de comunicación, en las que existe una distancia física, psíquica o social en el emisor y receptor, lo que se debe emplearse el mismo tono que si estuviera en la presencia. La consecuencia de esto es que se limitan las posibilidades de adecuación efectiva del role-taking y del feedback, tan importante en la eficacia comunicativa.²⁴

3.6.1 Medio escrito.

Según Hoover, con la imprenta se dio un cambio revolucionario puesto que tipógrafos y editores participaron en la reorganización del poder social, cultural y estatal en la modernidad, al grado que se acepta que las “industrias de la conciencia” –como se les llama a los medios- ocuparon un lugar casi muy prominente como el de la iglesia antes de la reforma.

Por último, el autor, en la elaboración de “pistas para un referencial teórico” sugiere una hipótesis que ayuda a encauzar la presente investigación: este autor no entiende porque el fundamentalismo religioso llega a grupo de personas empobrecidas.

Es precisamente este el tipo de estudio que se encara acá: la relación entre el mensaje o predicación (análisis de discurso), sus formas simbólicas (el culto y la comunicación grupal estructurados, en parte, por una matriz cultural andina) y el universo de la cotidianidad (la relación del creyente con otros miembros del grupo y

²⁴ In MARIN. Lucas, A. GALERA. G. Carmen, SAN ROMÁN. R José A. Sociología de la Comunicación, Editorial TROTTAPg. 82,83

con todo lo que es externo al mismo a la justicia social. Esto es posible, argumenta el autor, a partir de la cosificación del mensaje bíblico.²⁵

3.6.2 Libros y revistas.

Tomaremos como ejemplo la evolución del tratamiento de lo religioso en España, ya que la presencia de lo religioso en los medios de comunicación españoles sufrió una importante variación a medida que evolucionaba la sociedad civil y las propias comunidades religiosas. Durante la etapa del periodismo ideológico, los elementos religiosos se incluían entre los contenidos del diario y entre las claves para analizar la actualidad. Se trataba de un punto de vista inevitable en una prensa caracterizada por su dogmatismo y en un contexto en ebullición social y política. Era la etapa de la “buena” y “mala prensa”. A lo largo del siglo XIX y principios del XX, pues, la religión era una realidad que debía ser defendida o atacada desde la prensa católica y desde la prensa liberal, respectivamente.

Llegado, sin embargo, el tiempo del diario *El Debate*, con Ángel HERRERAORIA en la dirección, la apologética beligerante que había impregnado la publicación de relatos o comentarios sobre religión en la prensa española, se convirtió en lo que el propio diario llamaría “la apologética por la noticia”. Fue el impulso que inició una nueva etapa en la que Herrera y los informadores formados en la Escuela de Periodismo dependiente del diario, pretendían dotar al periodismo español del rigor y la calidad que se merecía y en el que el elemento religioso era, sin duda, una clave hermenéutica fundamental pero también un contenido merecedor del mismo trato riguroso que se daba al resto de la información.²⁶

²⁵ PRADO, M. AMALIA. Dios es evangelista ¿No? Bolivia, Plural Editores, 34-37.p. Assamn, Hugo: *La Iglesia Electrónica y su impacto en América Latina*, ED. Dei, San José, Costa Rica, 1988

²⁶ POU Ameringo, Maria J. El Hecho Religioso y su tratamiento Periodístico. Estudio sobre el mensaje Periodístico p.562

3.6.3 Medios de difusión.

En la perspectiva de Silverstone, el proceso de mediación ejercido por los medios revierte a una circulación de significados a través de intertextualidades en constante transformación. Usamos los medios para interactuar con ellos, pero también para distanciarnos de ellos, en lo que él llama “*movimiento hermenéutico cuádruplo*”: de *confianza*, en cuanto queremos comprender el valor del texto mediático y comunicarlo; de *agresión*, en cuanto se ejerce una cierta violencia de apropiación del texto y alegamos tener su significado; de *apropiación*, en cuanto de alguna manera domesticamos los términos y su significado; y de *restitución*, en cuanto evaluamos y agregamos otros significados.²⁷

Sin embargo, el discurso mediático, como lo sugiere Corrêa, vive entre tendencias ambivalentes y paradójicas: la presión del mundo de la vida y del sentido común, la presión del mercado y del poder, los compromisos impuestos por los medios sistémicos de dinero y poder, y el deseo de libertad y racionalidad crítica como anhelo reflexivo de negación de las posibilidades de encerramiento.²⁸

Guillermo Mejía señala, tomando en cuenta el modelo de la argentina María Cristina Mata, de la Universidad Nacional de Córdoba, quien dice “*propongo que mediatización de la religión implicaría el papel preponderante de los medios de comunicación en la lógica de construcción de la fe. De esa forma, encontramos, cada vez más, la mediación de esos comunicadores entre los encargados del culto y los creyentes. Obviamente, las posturas conservadoras –al igual que en la política– gozan de privilegios en la difusión de su discurso*”. Ella apunta que los evangélicos, tienen emisoras en frecuencias AM y FM, y señales de televisión como los canales 17, 25, 65, entre otros que cuentan con medios impresos.

²⁷ SILVERSTON, R. 2002. *Porque estudiar es mídia? Sao Paulo Loyola*, p. 302

²⁸ CORREIA, J.C. 2004. *Mediação, Cultura e sociabilidade*. In: J.C p.36

3.6.4 Televisión.

La televisión se ve favorecida por el público en mayor grado que la radio. Aquel asiente que su utilización y la calidad de programación son buenas. Las actividades que cubre fundamentalmente, son de entretenimiento, los anunciantes no tienen en cuenta los gustos del público para realizar sus anuncios, las preferencias en cuanto a programas varían, esto de acuerdo a la clase socioeconómica.

3.7 Contenidos.

Se parte del mensaje como un conjunto de significativo, en cuanto a la elaboración sobre la base de códigos para transmitir ciertos significados, cualquier mensaje sobrepasa su situación momentánea (actual, puntual), en cuanto tiene un significado dado por alguien e interpretado.

Para el teórico Belson (1967) se tiene tres facetas en el mensaje: su código, su contenido y el tratamiento, podemos desmenuzar cualquier mensaje sencillo, así se afirmaría que todo mensaje tiene sentido cuando se lo coloca en un marco de referencia y en el campo de experiencia común entre el emisor y el receptor.

Tiene dos formas el mensaje o contenido; denotación y connotación, donde denotación es el significado que todo mundo atribuye al mensaje, y connotación es el significado emocional o evaluativo que las personas, individualmente agregan a los mensajes y varían en los individuos y en los grupos.²⁹

3.7.1 Programas.

Ahora bien, para que los receptores *aprendan* a partir de los contenidos expuestos en la televisión, se han de seguir una serie de pasos (Jeffres, 1986): a) en primer lugar, el individuo debe estar expuesto al contenido de los medios de comunicación e, igualmente, prestar atención al mismo; b) en segundo lugar, el sujeto en cuestión

29 In Sociología de la Comunicación Pg. 149-150

debe ser capaz de recordar la conducta que ha observado y pensar sobre ella: es lo que se denomina *recepción cognitiva*; c) por último, la persona debe poseer la habilidad cognitiva y la motivación suficiente para poner en práctica la conducta que ha aprendido. La motivación se mantiene mediante algún tipo de reforzamiento interno o externo que incita a la realización o imitación de dicha conducta.

Es evidente que este autor demuestra, que existen diferentes factores para que los mensajes que emiten los medios de comunicación causen efecto en las personas; pero más que todo a mi parecer depende como sea transmitido, y más que todo las herramientas utilizadas de parte del emisor, para que las personas, primeramente, tengan interés en el contenido del tema, que eso sería el factor importante y clave para poder entender lo que se está observando.

Así, Harris (1994) basa su ataque en que son *demasiados artificiales* y, por lo tanto, se cuestiona la generalización de los resultados al mundo real. No obstante, él mismo afirma que investigaciones más recientes realizadas en ambientes reales han obtenido resultados favorables en torno a la existencia del efecto de modelaje producido por la televisión (Huesmann, Lagerspetz y Eron, 1984; Joy, Kimball y Zabrack, 1.986).

De todas formas es evidente que los individuos no guardan y almacenan literalmente toda la información que ha visto, oído o leído en los medios de comunicación (o en cualquier otro sitio). Los sujetos modifican, e incluso adaptan, dicha información de acuerdo con sus creencias, es decir, los individuos construyen la información.

Pero (Hojjer, 1989) *“dice que la forma en que los receptores comprenden lo que ven en la televisión está relacionada tanto con el contenido del programa como en el conocimiento que tienen sobre el argumento que se expone en el mismo. La mente piensa en la respuesta a lo que vemos y esos pensamientos llegan a ser una parte importante del proceso constructivo de la comprensión”*.

Totalmente de acuerdo, es lo que anteriormente se mencionó, depende del contenido del programa el receptor va a definir su gusto o agrado por el mismo, por esta razón le va tener un mejor entendimiento.

En este sentido, Brewer y Nakamura (1984), consideran que parte de lo que guía la comprensión y cualquier recuerdo posterior de la información son los *esquemas*. El concepto de esquema se refiere a las estructuras de conocimientos que la memoria de los individuos establece para todos aquellos hechos o personas que les rodean. El esquema es un concepto o idea general que actúa sobre todas las formas de información, con independencia del procedimiento--visual o auditivo, lingüístico—por el que se adquiere.

Por ejemplo, alguien con un esquema negativo sobre los individuos de raza negra responderá de forma muy diferente ante un programa de televisión sobre los individuos que no tienen ese tipo de prejuicios. Según (Rojahn y Pettigrew, 1992).

Según Lasisi y Onyehalu (1992), gran parte del contenido de estos esquemas es específicamente cultural. El esquema sobre cualquier acontecer histórico o social que los miembros de una cultura proseen puede ser la causa de una interpretación diferente de un mismo hecho si se compara con la interpretación aportada por los miembros de otra cultura.

El modelo, que quizás, ejemplifica mejor la huella de la sociología de los estudios de la comunicación es el que propuso Wilbur Schramm ya que para éste el medio de comunicación de masa es un sujeto comunicador que, al igual que la persona, es un codificador, intérprete y codificador.

Es decir, los medios de comunicación masiva son receptores de acontecimientos que codifica e interpreta, de acuerdo a las lógicas productivas del periodismo. Los inputs que recibe la organización productiva son acontecimientos provenientes de distintas fuentes, e incluso el Feed-back de la propia audiencia.

A continuación, se da forma al acontecimiento convirtiéndolo en noticias. Así, el consumidor codifica el mensaje que va a transmitir. La organización comunicativa transmite multitud de mensajes idénticos. En la recepción de estos mensajes hay que distinguir tres niveles. En primer lugar, estos mensajes son recibidos por una audiencia masiva.

En segundo lugar, cada receptor individual, aunque forma parte de la audiencia masiva, va a decodificar, interpretar y codificar los mensajes que reciba. De ahí que, se considere que la influencia interpersonal es uno de los fenómenos claves para estudiar, en última instancia, la influencia de los medios de comunicación masiva.

El semiótico como una de las teorías que considero el más aceptado en cuanto a la comunicación y el uso de las nuevas tecnologías.

Como padres de la semiótica moderna se los puede considerar a Ferdinand de Saussure (1857-1913) y a Charles Sanders Peirce (1839-1914). El primero inició una semiótica estructuralista a partir del estudio de la lingüística, Peirce por el contrario partía de la filosofía pragmática, para estudiar cualquier clase de signo, no sólo el lingüístico. El modelo semiótico propuesto por Humberto Eco, gira en torno al concepto de código y a la decodificación del destinatario. Como se puede apreciar tiene una clara influencia del modelo de Shannon y Weaver, por un lado, y, por otro lado, retoma las preocupaciones explícitas en el modelo de Schramm sobre los efectos de los mensajes.³⁰

En este modelo no sólo se plantea la existencia de un solo código compartido entre emisor y destinatario, sino una multiplicidad de códigos. Para Eco, el proceso de codificación y de decodificación se complica ya que la propia multiplicidad de los códigos y la infinita variedad de los contextos y de la circunstancia hace que un

³⁰ GALEANO Ernesto César: Adaptado de, "Modelos de comunicación".

mínimo mensaje pueda codificarse desde puntos de vistas diferentes y por referencia a sistemas de convenciones distintos.

Es lo que podemos demostrar en cuanto a las teorías que respaldan la presente investigación.

3.7.2 Medios de comunicación.

En cuanto al tratamiento periodístico del hecho religioso, se puede mencionar que el contenido de lo 'sagrado', del 'Misterio', de la vivencia religiosa es difícilmente reproducible por los medios de comunicación. En ocasiones, cuando se hace, la descontextualización y econtextualización en el texto noticioso a la que se le somete ofrece una imagen distorsionada del hecho religioso o, por el contrario, las rotativas del periódico se convierten en los púlpitos de la era Gutemberg. Por eso dice Colombo (1997: 112): “Es difícil acercarse a una religión, a una Iglesia, y ofrecer las informaciones fiables que se refieren a esa religión o esa Iglesia, sin formar parte de ella. Es difícil, también, para quien forma parte de ella, separar la noticia de la amable persuasión que rodea su relación con la realidad que cuenta”.

Como consecuencia de esa complejidad, el peligro de ejercer un triple proceso reduccionista en la información religiosa: reduccionismo temático, al centrar el interés en la vida institucional y olvidar aspectos humanos y sociales; reduccionismo subjetivista, al presentar la vivencia de la fe como propia de “personajes singulares o algunos grupos anacrónicos” y reduccionismo dialéctico, al ofrecer una imagen de la Iglesia desde el prejuicio como un nido de conflictos y de oposición entre sectores de derechas y de izquierdas (Bru, 1996: 38) Algunos teólogos, incluso, ven ciertas dificultades en lo que significa la comunicación de las ideas religiosas.

Así lo indica J.M. Javierre (1991: 246), quien comenta las dudas que Karl Rahner tuvo, en su momento, acerca de la emisión televisada de la Eucaristía. No obstante,

su planteamiento se refiere a la utilización de los medios como vehículos de transmisión del mensaje religioso que difiere de la información sobre la vida religiosa. WOLF (1991:127) comenta, citando a ALTHEIDE, que la “factibilidad” del producto informativo, impuesta por las rutinas productivas, “contribuye a ‘descontextualizar’ o a borrar un acontecimiento del contexto en el que se ha producido, para poder ‘recontextualizarlo’ en el formato informativo”.

De esa tendencia a la simplificación también dice el teólogo Ernest HENAU (1994: 95): “Los periodistas no se sirven solamente de una pauta de lectura política para interpretar las tomas de posición de la Iglesia, sino que actúan además necesariamente de una manera reduccionista. Por eso mismo, no tratan más que de los temas que, a su juicio, son los únicos que cuentan con un interés universal, por ejemplo, lo que concierne a la sexualidad. [...] Además, obligan a los responsables de la Iglesia a promulgar principios que confunden con medidas prohibitivas. Y entonces la argumentación deja de ser espiritual y se convierte en moral”.

El sometimiento a las rutinas productivas de la prensa, por parte de los periodistas que tratan contenidos sobre la vida de la Iglesia, impone unas restricciones que a menudo desvirtúan su sentido: la estricta actualidad, la necesidad de dar datos nuevos, el registro informativo del lenguaje periodístico con su exigencia de concisión, estilo directo y frases cortas y simples son a veces incompatibles con una realidad situada en las antípodas del ritmo periodístico.

“El atractivo de la novedad lleva consigo para la comunicación religiosa el riesgo de caer en la espiral de los barullos cambiantes donde las personas se dejan conducir por etiquetas. Quien repase a conciencia los depósitos de información general que la vida cristiana de los últimos tiempos ha dejado en los medios, comprobará que persisten “ideas fijas”, interpretaciones solidificadas. No hay fuerza humana capaz de resolver el mito difundido por los grandes canales informativos. Cada viaje del Papa cuesta una fortuna, las finanzas vaticanas son poderosas, Marcinkus un gángster, los curas avarientos”.

Las noticias que aparecen en la prensa de información general ubicadas en la sección 'Religión' presentan una Iglesia fuertemente jerarquizada -son noticia los hechos o declaraciones de obispos pero se deja poco lugar a informaciones sobre asociaciones o grupos no vinculados directamente con la jerarquía; cuando éstos aparecen son discrepantes con la "voz oficial"-.

Las informaciones suelen estar vinculadas a la "temporalidad" de la Iglesia y, en muchos casos, se presenta, por tanto, como una institución política -con sus elecciones, facciones y dirigentes- a lo que contribuye notablemente el uso del lenguaje político.

Una de las dificultades de la información religiosa, precisamente, se encuentra en las claves del discurso. El discurso religioso poco o nada tiene que ver con el discurso periodístico informativo habitual. Es el discurso de la trascendencia frente al de la inmediatez y el apunte rápido y efímero. Conjuguar los dos es una tarea sumamente difícil. Ésa es la razón por la que se producen malentendidos o presentaciones de temas de forma frívola o superficial que requieren, sin embargo, tratamientos profundos.

3.8 Discursos Cristianos y Actividades.

En cuanto al discurso religioso podemos tomar las palabras de Daniel Prieto (1999) cuando dice que: *"El tema de la religión puede ser considerado como parte de la retórica, en el sentido de que la retórica es el arte de la persuasión, y la cosmogonía religiosa son concebidas, en el último análisis como forma de persuasión"*³¹. Hay que reconocer como en el caso del discurso científico, dos formas de discurso religioso: de un lado el trabajo de lectura de las escrituras y de la realidad a partir de una formación que tiene ya siglos (nos referimos a la teología) y de otro la orientación

³¹ PRIETO Daniel. 1999, E Juego del Discurso, Manual de Análisis de estrategia discursiva. Ediciones LUMEN HYMANITAS. p.32

hacia el gran público. Aún cuando en esta última línea son utilizados elementos rituales (gestos, vestimentas, espacios), la clave está en la palabra.

3.8.1 Convencimientos.

Tomando las palabras de Neyla G. Pardo donde indica que para las disciplinas como el análisis del discurso, la semiótica y la lingüística, se hace evidente que los recursos verbales y no verbales en los discursos son la forma de expresión natural y compleja mediante la cual los seres humanos construimos significado de convencimiento.

Todo discurso es multimodal, ya que jerarquizar los códigos no significa que el código verbal se imponga sobre los otros como ser: (pictórico, imagen, gestual, musical, etc.), si no que la significación procede de múltiples modalidades que representan la realidad movilizada discursivamente.

Indican que la multimodalidad incluye la combinación de distintos sistemas de signos actualizados en los discursos que es el modo del mismo, así como los mecanismos de producción y comprensión de los interlocutores al relacionarlos para generar cierta significación, todo esto por el desarrollo de las nuevas tecnologías, que ocasiona que los discursos incrementan su potencial y se incorporen en la construcción de significado, entre ellos: movimientos, imágenes, color, lengua (hablada o escrita), sonido, música entre otros recursos posibles.

También, es importante recalcar cuando Pardo dice que los sistemas de signos son comprendidos como instrumentos psicológicos con función social, en tanto son medios de comunicación, con función cognitiva o representacional. En este sentido, son medio de reflexión y convencimiento. También toma como lineamiento a Manovich (2005) quien dice que el mecanismo no es neutral, por lo que deja significados que afectan los mensajes que transporta, de suerte que el texto verbal,

la música, el video, pueden proponerse más o menos aprehensibles para quien se dispone a comprenderlos y significarlos”.³²

3.8.2 Actitudes.

Interpretaciones, opiniones y puntos de vista.

El otro contenido habitual de la información religiosa es la noticia de declaraciones en la que se recogen las palabras de algún representante de entidades religiosas. En ese sentido, las voces que aparecen en los medios suelen ser las de fuentes institucionales o, por el contrario, la oposición a esas fuentes tal y como señala JAVIERRE (1990, 252): “Los periodistas acogen como palabra de fe las interpretaciones del hecho religioso propuestas por escritores, ensayistas y filósofos de rango medio, quienes a su vez confiesan su agnosticismo e incluso ateísmo. Así hemos llegado a la curiosa situación, esperpéntica, de que la opinión religiosa de la comunidad creyente viene determinada en gran parte por “maestros” instalados fuera de la fe cristiana”.

Es, de nuevo, la explotación del conflicto como factor de interés acerca de la religión, en especial, cuando unas declaraciones se prevén polémicas. La religión, como se ha dicho, es un elemento informativo complejo por cuanto necesita su materialización en forma de rito, de declaración o de suceso para poder ser “narrado” por los medios de comunicación. La fe necesita ser visualizada y por ello, al modo como antiguamente se hacía uso de la manifestación externa –por ejemplo, una procesión– para hacer presente lo religioso en la vida social, hoy pasa por la necesidad de aparecer en los medios de comunicación. Esa presencia es la que buscan algunos sectores críticos de entidades religiosas para hacerse presentes. Es una realidad inherente al funcionamiento de cualquier organización pero al convertir en noticia solo la crítica, ofrecen una imagen distorsionada de la normalidad interna de esa entidad y favorecen un enfoque exclusivamente político.

³² PARDO, Neyla G. Pdf-Adobe Reader, Mediatización, Multimodalidad y Significado, Universidad Nacional de Colombia.

De este modo lo explica HENAU (1994: 95): "...no hay mucha afinidad y, en algunos casos, ni siquiera hay posibilidad de familiarizarse con la manera como un creyente vive su fe en la Iglesia y la exterioriza. Esto lleva a los no creyentes a comprender la Iglesia de una forma analógica. Para ello utilizan el sistema de las categorías que utilizan también para juzgar de las situaciones y de las conductas políticas. Por eso es lógico que traduzcan las tomas de posición de los que representan a la autoridad en la Iglesia (según los medios de comunicación) y las reacciones de los mismos en términos de gobierno y de oposición, o de derechas e izquierdas".

3.8.3 Cristianismo y creencia

La religión cristiana fue predicada por Jesucristo en Palestina, se difundió en el mundo Romano por intermedio de los Apóstoles y actualmente constituye la creencia de la mayor parte de la humanidad.

La nueva doctrina se difundió, en un principio, como fácilmente puede suponerse, entre los pobres, cuya triste y desesperada situación se aliviaba con la esperanza de libertad y con la consoladora satisfacción de que el fundador del nuevo credo había expirado en la cruz para redimirlos.

Luego se fue abriendo paso entre las clases sociales humildes de Roma, pero especialmente se difundió entre los Griegos, asiáticos y otros extranjeros de que estaba llena la capital y que, por estar en condiciones de inferioridad con los Romanos de naturaleza y de no sentirse ligados a los dioses nacionales por vínculo patriótico alguno, eran terreno propicio para la propagación de las nuevas doctrina.

Tras muchas vicisitudes y persecuciones, fueron ganadas a la nueva ideología las clases elevadas, y el Cristianismo llegó a ser la religión del país. Luego nace lo que es el Nuevo Testamento; la Biblia es el libro sagrado que contiene lo que se ha dado en llamar, Antiguo y Nuevo Testamento, que contiene los Evangelios escritos por

San Juan, San Mateo, San Lucas y San Marcos donde está relatada la vida, pasión, muerte y resurrección de Cristo.

3.8.4 Los cristianos y el gobierno Imperial.

La doctrina cristiana fue combatida duramente por el Imperio Romano por cuanto ella era totalmente opuesta a las bases sociales, económicas, religiosas, morales y políticas del poderoso estado antiguo. Por esta razón los cristianos sufrieron muchas persecuciones las cuales produjeron millares de víctimas o mártires. Estas persecuciones fueron las realizadas por Nerón, Dominiano. Trajano, Marco Aurelio, Septimio Severo, Decio y Diocleciano. Pero a pesar de las persecuciones del Cristianismo continuaba creciendo, y a los cien años de la muerte de los Apóstoles ya existían comunidades cristianas en todas las ciudades del imperio Romano.

Su influencia en la transformación de la sociedad nos dice que el cristianismo es una de las fuerzas espirituales que más ha contribuido al progreso de la cultura humana. Sus insignes principios, contenidos sobre todo en el Sermón de la Montaña, forman un código mora.³³

3.8.5 Política, economía y religión.

El movimiento evangélico empezó a darse desde el siglo XVIII en el ámbito anglosajón, esto sirve para caracterizar la corriente activa a través de todas las iglesias protestantes y comunidades religiosas, con una corriente resurreccionalista, pietista y en partes teológicamente liberal, en las cuales hay comunidades evangélicas independientes.

El protestantismo norteamericano en América Latina hasta comienzo del siglo XX no tuvo importancia, Bolívar no pudo implantar acerca de la libertad religiosa, lo que hizo que la iglesia católica se ancle como religión del estado.

³³CATALAYU. A. Emilio, "Estudios Sociales" 1º. Secundaria, Ediciones BRUÑO 1996 Pg. 114-116.

Cuando los partidos liberales accedieron al poder del estado hubo modificaciones constitucionales para garantizar la libertad religiosa buscando apoyo en los protestantes para implantar sus sistemas educativos, los que no tuvieron suficiente efecto.

A finales de los años treinta en América latina se reforzó la actividad misionera la cual se vio favorecida por la política de "buena vecindad" introducida por F.D. Roosevelt en 1933 con la que Estados Unidos quería mejorar la relaciones con los Estados Norteamericanos.

Los misioneros se veían como representantes del programa de buena vecindad, los que defendían la democracia burguesa y sus ideales de libertad, muchos misioneros que llegaron a América latina antes de la segunda guerra mundial habían trabajado en Asia, pero abandonaron este continente por la victoria de la revolución China el nacionalismo y otros factores, lo que hacía que estos misioneros vean el comunismo como obra del anticristo.

Este pensamiento se extendió después de la segunda guerra mundial con la era de la guerra fría, el gobierno norteamericano veía en la victoria de la revolución cubana el peligro de un avance comunista que tenían que evitar a como dé lugar.

Los personajes de la televisión también tuvieron un papel importante, a este grupo pertenece el predicador de televisión Pat Robertson que aspiraba a ser candidato, y el predicador Jerry Falwell fundador de la mayor organización político-religiosa de tendencia derechista.

En este trabajo de investigación en Chuquiyawu, donde nos dice que las comunidades fundamentalistas y evangélicas tienen un tinte político, indica que estos grupos misioneros a la hora de hacer su trabajo su objetivo en sí no es hacer política, más bien salvar a los hombres de la condenación.

Sin embargo recalca que las estrategias y formas de vida que utilizan para enseñar o difundir a sus seguidores tienen intereses políticos, en lo que se fundamenta esta autora para afirmar que algunos misioneros o sociedades misioneras son combatientes ideológicos y además son financiados por los Estados Unidos.

Afirma que las fuerzas neoconservadoras se sienten pacíficas, sin embargo la raíz de esa pasificación es obra de los grupos misioneros fundamentalistas evangélicos que obran en sus seguidores implantando una actitud pacificadora o Anticomunista.

Hacia los años 1982 y 1984 a base de conversaciones que ella sostuvo con sindicalistas, se daba en el país una colaboración de los protestantes en los sindicatos campesinos y no cabía hablar de desintereses políticos, estos sindicalistas hablaban de evangélicos pero no se distinguía si sus experiencias eran de miembros de las comunidades religiosas fundamentalistas evangélicas.

También nombra una contradicción, misma que es la consecuencia política que tiene la actividad fundamentalista y evangélica desde el punto de vista histórico disgrega la ideología de este grupo como Anti-Ilustración.³⁴

³⁴ STROBELE, GREGOR. Juliana, "Indios de Piel blanca, Evangelistas Fundamentalistas en Chuquiyawu, p. 18-25

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Desarrollo de los procedimientos.

En todo el proceso de investigación la aplicación de herramientas hizo posible la obtención de datos que son fundamentales para comprender el fenómeno estudiado.

Inicialmente se procedió a la tabulación de la información de las encuestas para reflejar los resultados en porcentajes, posteriormente se diseñó histogramas de barras y gráficos para la comparación y medición de las variables.

Asimismo, se procedió a la redacción de las entrevistas y su interpretación posterior las que son apoyadas con citas textuales de los entrevistados. La escala de Lickert sirvió para reforzar el análisis de las encuestas y entrevistas.

En los cuadros se detallan los criterios de las personas que siguen los discursos cristianos mediatizados por la T.V, los cambios que tienen y las clases de sentimientos, también recalcaron que los términos que utilizaron son adecuados para su interpretación y entendimiento.

El impacto de los discursos cristianos ha empezado a crear su importancia a raíz de las diferentes implementaciones e incursiones de la religión en los medios de comunicación.

Los programas importados también juegan un papel importante, ya que la mayoría de las iglesias o denominaciones no cuentan con un medio de comunicación propio pero trabajan a base de estos programas, específicamente recibidos por señal cerrada como por ejemplo: Multicanal, Tv cable, etc.

A continuación se presentan los resultados de la sistematización que se realizó en esta investigación a través de representaciones gráficas y de respectivos análisis. Asimismo, se presentan los resultados de las entrevistas estructuradas, observación participativa (Anexo 2).

4.2 Análisis e interpretación de la muestra

Con referencia a los criterios de las personas que siguen los discursos cristianos mediatizados a través de la televisión. En el gráfico N° 1 que se refiere a la pregunta ¿Recibe usted enseñanzas espirituales a través de discursos cristianos por la televisión como ser: prédicas, testimonios, historias de vida, etc.? Un 100% de las personas que fueron encuestadas afirman que reciben enseñanzas espirituales por la televisión. Ver Anexo N° 7

En cuanto a la pregunta ¿El mensaje que usted recibió fue motivo para tener algún cambio en su vida? El 100% de los encuestados si tuvieron cambios en sus vidas después de haber observado el discurso cristiano por la televisión y adicionalmente se muestra, una tabla de algunos cambios ocurridos en las personas. Ver Anexo N° 8

En cuanto a las respuestas opcionales en Cuadro N° 2 se tienen los siguientes criterios.

En un 24% las personas si tienen cambios en sus vidas después de observar el discurso cristiano por la televisión. Mientras que el 3% de las personas tuvieron cambios en sus actitudes, manifestaron que antes de observar el mensaje muy rápido se airaban, pero las palabras de Dios transmitidas por el pastor les enseñó a contener la ira y a temer al Espíritu Santo.

Otro 3% opinó que su cambio fue en el área Espiritual, según estas personas uno escucha la voz audible del Dios viviente cuanto está entronizado con él a través de la oración, y nuestro espíritu obedece su mandato. Por otro lado, el 7% dice que el

cambio fue emocional y que al recibir la enseñanza, llegaron a diferenciar entre la emoción y la fe que son cosas distintas.

Por último otro 7% no estaban tan seguros de los cambios que tuvieron, y que después de haber estado en su clase espiritual, mencionan en su respuesta con la expresión de “más o menos”, pero que si habían tenido cambios.

Tabla N° 1

Respuestas opcionales a la pregunta n° 2 de la encuesta

CLASES DE CAMBIOS	Nº	%
Si	24	80%
Sobre la Ira	1	3%
Espiritual	1	3%
Emocional	2	7%
Mas o Menos	2	7%
TOTAL	30	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a encuesta.

A continuación en el gráfico N° 3, se observan los resultados referidos a los cambios que ocurren en las personas que reciben el discurso cristiano por la televisión. Donde los encuestados exponen los cambios que causó el discurso cristiano, siendo el porcentaje más alto con un 17% el cambio emocional en dichas personas.

Vemos en relación a los encuestados, su opinión en cuanto al cambio que tuvieron al recibir el discurso cristiano por la televisión, con un 7% su cambio fue en profundización de la fe y que creen más en el Señor.

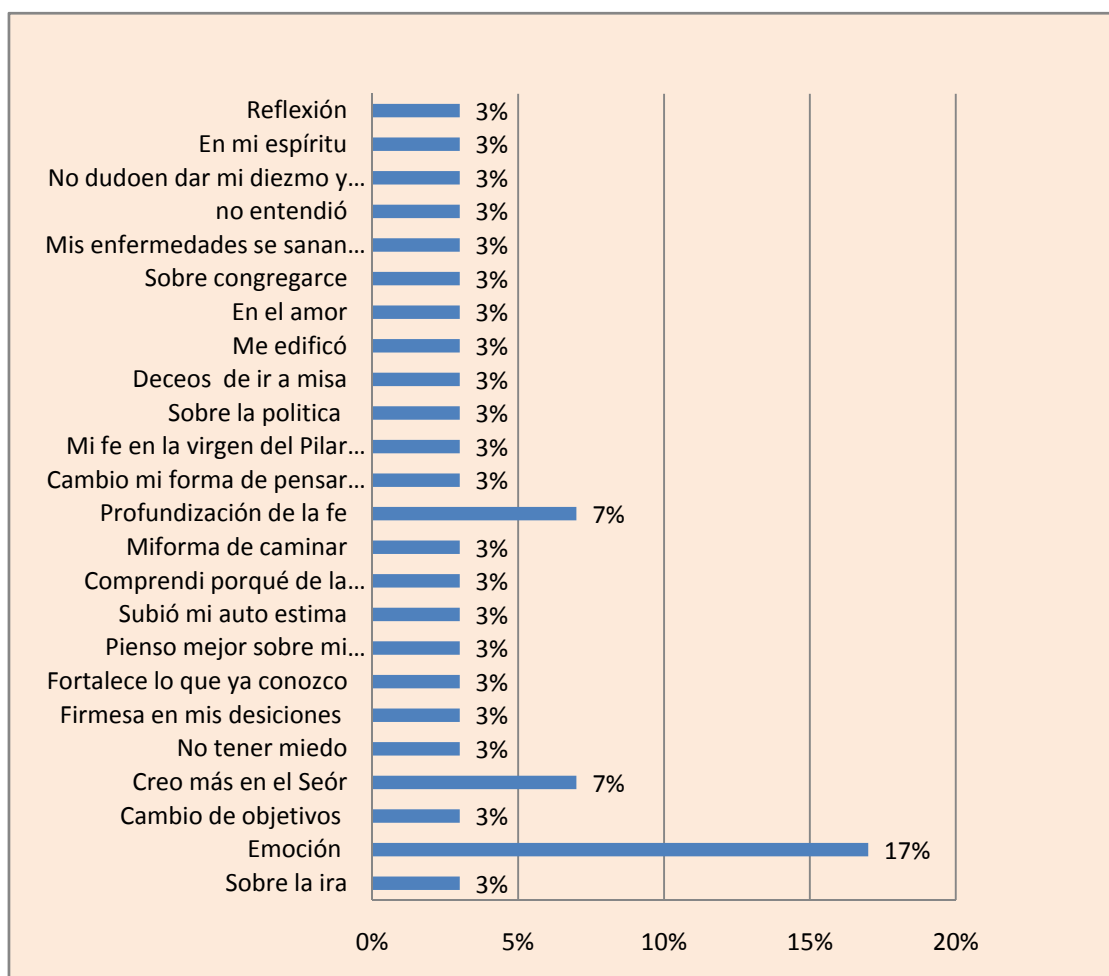
El 3% de los encuestados tiene diferentes opiniones, de las cuales se detallan, los cambios que tuvieron después de ver los mensajes: unos se volvieron reflexivos, otros ya no dudan en dar su diezmo, otros se sanan a través de su fe, otros dijeron

que creció su fe en la virgen del Pilar, otros afirman que su autoestima sube en cuanto van aprendiendo sobre la palabra de Dios; por tener un fundamento basado en el amor y sacrificio que Jesucristo realizó al morir por nosotros en la cruz, según el vídeo observado.

Otro de los cambios que llamó la atención se refiere a la forma de caminar de las personas, una de ellas indicó que el pastor mostró por la televisión que a través de los movimientos corporales se puede identificar la personalidad del individuo.

Gráfico N° 1

¿Qué cambios, puede citar alguno de ellos?



FUENTE: Elaboración propia. DATOS: Encuesta

En el gráfico N°4 el 13% de los encuestados no recuerdan los temas de los discursos cristianos que observaron por la televisión y que causó cambios en su vida. Mientras que el 7% manifiesta que aprendieron sobre el amor que se debe tener al prójimo, no discriminarlos ni darles la espalda de lo contrario darle ayuda mutua.

Se tiene criterios diferenciados en un 3%, las personas aprendieron sobre la mansedumbre que debe tener el cristiano frente a los demás, la forma de enfrentar humildemente los problemas confiando siempre en su creador.

Entre los criterios identificados los temas que causaron impacto en el receptor del mensaje, se puede mencionar: enseñanzas sobre el camino a la redención de Jesús para los cristianos que creen en su palabra, la humildad que es similar a la mansedumbre pero ésta se basa más en la actitud de predisposición para hacer las cosas por los demás. El tema de las finanzas referido a la inestabilidad económica por no saber administrar su dinero, motivo que impulsa a los líderes de opinión religiosa a enseñar sobre este tema. La música también es parte de la enseñanza espiritual para algunas personas, el cantarle a Jesús y aprender con las canciones, que mayormente son salmos recolectados de la Biblia, es una forma más de edificación espiritual.

Por otro lado los temas referidos a robo o decepción, son considerados como pruebas espirituales o accidentales, no son aceptadas como base de aprendizaje. El pastor se refirió a estas pruebas como una forma de fundamentar la fe, e indicó que cada vez que caigamos es motivo de levantarse con más fuerza y más esperanza espiritual.

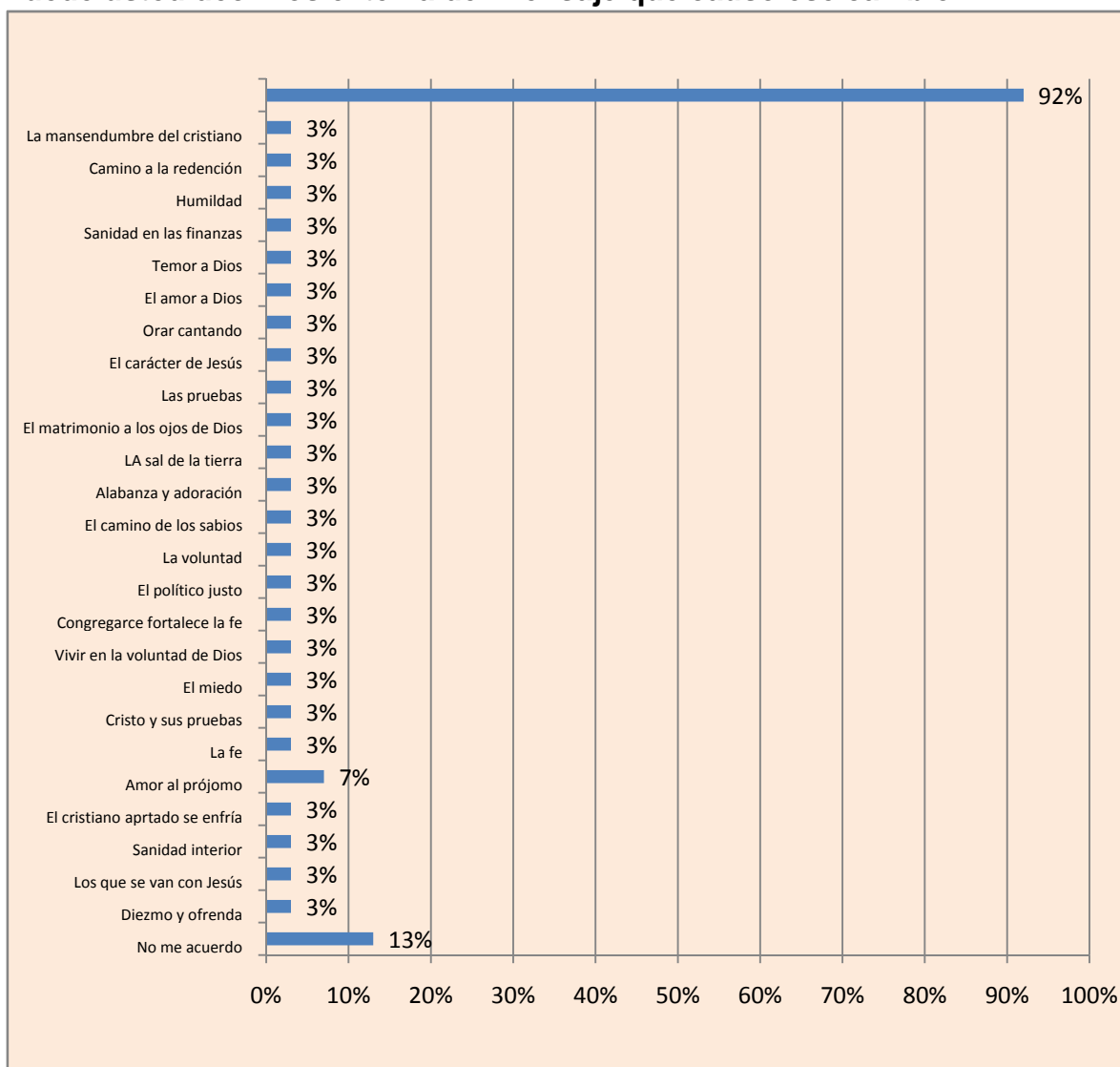
Los encuestados manifestaron que uno de los temas de vital importancia, es el referido al “alejamiento de la iglesia”, los hermanos se van y ya no sienten la amonestación del Señor. “El Cristiano apartado se enfría”, tema que llama a la reflexión a todas las personas apartas de su iglesia.

Sin embargo, el tema relacionado al diezmo y la ofrenda, es criticado por muchos, se dice que los pastores solo quieren el dinero para sus familias, pero por lo visto también se enseña sobre la remuneración del trabajador, y quieran o no el ser pastor y llevar la palabra también es un trabajo. El Diezmo puede ser también una forma de trabajar en la iglesia sin derogar esfuerzo.

En otra opinión el diezmo es para ayudar de forma escondida a las personas que están en el poder, los políticos, senadores diputados, etc.

Gráfico N° 2

Puede usted decirnos el tema del mensaje que causó ese cambio.

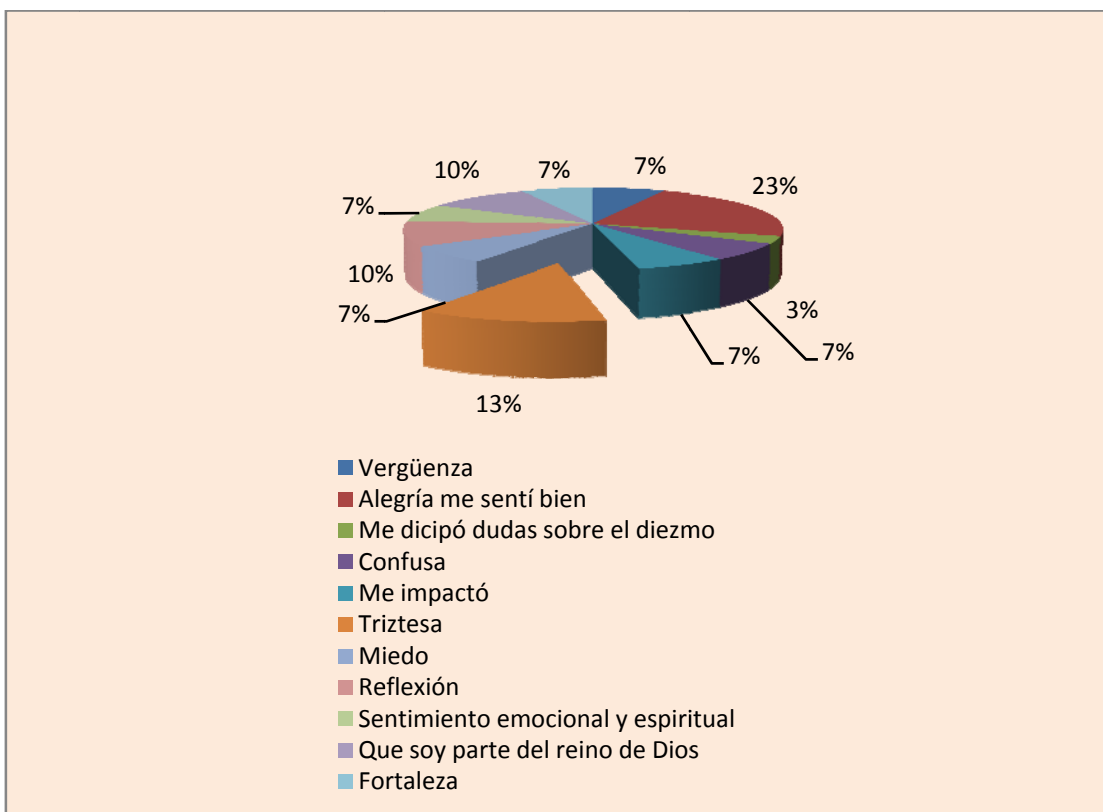


Fuente: elaboración propia en base a encuestas.

En el gráfico N° 5, los encuestados manifiestan sobre el sentimiento que les causó el discurso cristiano emitido por la televisión. El 23% indicó haberse sentido bien, y un 3% se les disipó las dudas sobre el diezmo.

Gráfico N° 3

¿Este punto llegó a causar alguna clase de sentimiento en usted. ¿Cuál?

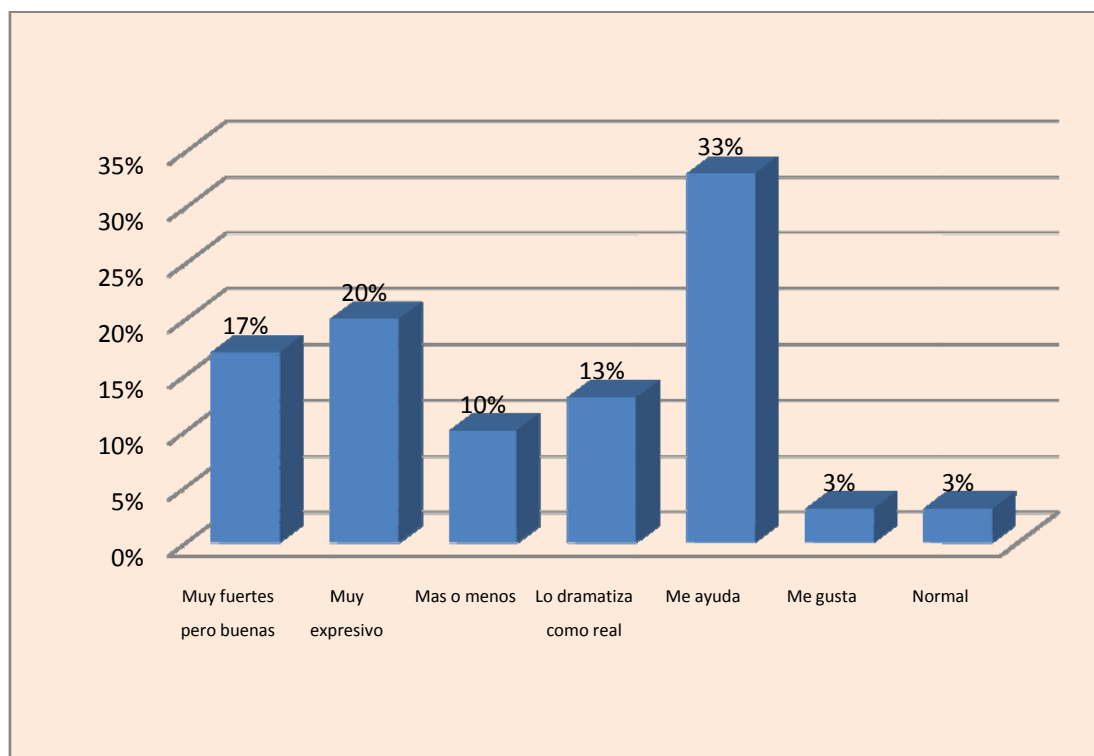


FUENTE: Elaboración propia. DATOS: Encuesta

Las expresiones que utilizan los emisores (sacerdote y/o pastor) que exponen el discurso cristiano a través de la televisión juegan un rol importante. Un 33% de los encuestados asevera que las expresiones vertidas a través de la televisión les ayudan en el aprendizaje. Mientras que el 3% dijeron que les gusta la forma de expresarse de los pastores y/o del sacerdote que transmite el discurso cristiano y que lo hallan normal.

Gráfico N° 4

¿Expresiones que utilizan para la enseñanza espiritual, ayudan o dificultan el aprendizaje?

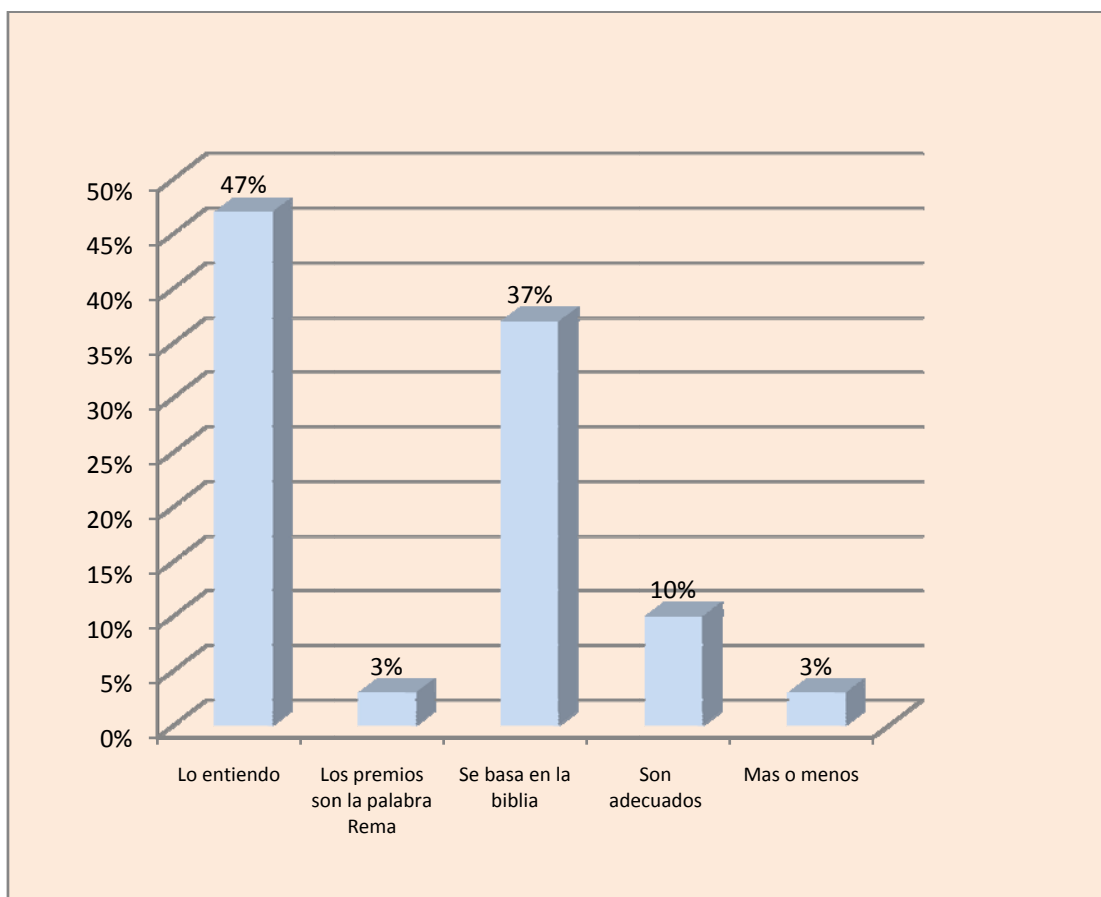


FUENTE: Elaboración propia en base a encuesta.

En un 47% los feligreses encuestados entienden con mucha facilidad los mensajes expresados a través del discurso cristiano emitido por la televisión y esto les ayuda en el aprendizaje de su vida cotidiana. El 37% afirman que los discursos cristianos utilizan una terminología basada en la Biblia. Tan solo un 3% manifestaron entender “más o menos” los mensajes que reciben a través del discurso difundido por los medios televisivos.

Gráfico N° 5

¿Los términos que utilizan en estos mensajes son adecuados? Si, no ¿Por qué?



FUENTE: Elaboración propia en base a encuesta.

4.3 Sistematización de entrevistas.

En las entrevistas realizadas a los pastores de las seis iglesias, que se mencionan a continuación, es importante indicar que el impacto de los discursos cristianos que se transmiten como enseñanza espiritual en las diferentes iglesias, tiene un aporte socio-cultural en la sociedad cobijeña.

Cuadro N° 3

Iglesias Cristianas que utilizan la televisión como medio de enseñanza espiritual en Cobija.

N°	IGLESIA	PASTORES	DIRECCIÓN
1.-	Bautista	Alejandro Rivero N. V.	Av. 9 de febrero
2.-	Poder de Dios	Pastor Javier Lujan	Av. Internacional
3.-	Iglesia Cristiana	Pastor Vicente Cary	Av. 27 de Mayo
4.-	Comunidad Cristiana de Fe	Pastor Pedro Torrez	Frente Plaza Potosí
5.-	Cuadrangular	Pastor Teddy Bravo	Av. Circunvalación
6.-	Catedral Nuestra Señora del Pilar	Padre Jaime Susli	Plaza Germán Busch

FUENTE: Elaboración propia en base a entrevistas 2009

La enseñanza espiritual a través de la televisión; introduce un impacto socio-cultural en el grupo de personas que la reciben. Este fenómeno, se da de manera lenta en cuanto a la transformación que ocurre en las actitudes de las personas, por ser esta una estrategia de enseñanza se necesita un seguimiento personal e intensivo para poder lograr los cambios esperados. Se evidenció que si es posible cambiar de rol social favorable para las personas que sienten que ya no hay esperanzas en su vida.

Específicamente aquellas que socialmente se veían excluidas de su grupo ya sea familiar o laboral; por tener un rol social y costumbre no aceptadas por su entorno como ser: vicios al alcohol, drogadictos, ladrones, etc., al cambiar de rol social, también ocurre el cambio cultural, esto se da en las costumbres, formas de vestir, lugares de visitas, forma de diversión

Según, el Pastor Pedro Torres de la Iglesia denominada "Comunidad Cristiana de Fe, los medios de comunicación son de suma importancia para la enseñanza en las iglesias, en este caso la televisión juega un rol importante dentro de la enseñanza cristiana porque facilitan el aprendizaje de las personas en cuanto al crecimiento

espiritual de los mismos. Manifestó “que la televisión es un medio fácil e interesante para transmitir la “Palabra de Dios”, las prédicas pre grabadas, las películas de contexto educativo-cristiana, video clip musicales, está dentro del contexto evangelizador y somos portadores de estos materiales”.

La proyección de vídeos transmitidos a través de la televisión motiva a ciertos cambios en las personas que reciben estos mensajes. En los diferentes testimonios de vida se pudo evidenciar que las personas al recibir estos mensajes o reflexiones tienen un cambio positivo para mejorar algún aspecto de su vida, tanto sentimental como emocional.

El pastor Vicente Cary manifestó que la televisión es un medio tecnológico avanzado, que el mundo actual utiliza para sus fines, “porque la iglesia no puede hacer lo mismo, Jesús nos dice en su palabra que prediquemos a todas las naciones, el medio a emplear, no creo que tenga importancia para Cristo, lo que realmente es importante, es que todas las personas conozcan su piedad y su gracia”.

Por otra parte, la compra venta de Cds (música, películas, prédicas, historias vidas y otros), no son un negocio. Estos materiales en algunas iglesias no son un gasto para las familias, ya que ellos reciben los mensajes en sus propios templos donde no tiene ningún costo. En cuanto a la música, los jóvenes adquieren los Cds de acuerdo a sus posibilidades económicas, para poder recibir las alabanzas cristianas asumiendo contenidos diferentes a los establecidos por la sociedad.

Según el Pastor Alejandro Rivero la venta de Cds. No es un problema, “...las diferentes clases que pasamos, las proyectamos en el templo, donde nosotros colocamos el vídeo, de ahí si las personas desean adquirir sus propios videos, para poder observar en sus casas y reforzar su edificación personal, desde luego que no es ningún problema, el factor económico no es factor para impedir esta compra, ya que Jesús nos da su promesa en Malaquías 3:10 cuando dice que lo probemos

llevando nuestras ofrendas a su casa que es el templo, que él no nos hará faltar el alimento diario y por supuesto nuestra necesidades”.

El fenómeno de la televisión como medio masivo de comunicación para las iglesias cristianas de la ciudad de Cobija, significa un instrumento novedoso para la transmisión de la palabra de Dios. Es a través de este medio que los pastores han visto el crecimiento de sus iglesias en cuanto a los congregados en estos últimos años. Sin embargo, a pesar que la televisión ocupa un sitio importante en cuanto al impacto que ocasiona, la evangelización de persona a persona no deja de ser menos importante.

En las seis iglesias donde se realizó la investigación, los receptores que reciben los mensajes a través del discurso cristiano emitido por la televisión, tanto hombres y mujeres tienen opiniones diversas. Sin embargo el saber respetar las opiniones de los demás, es enseñado en las iglesias y las reuniones grupales son un complemento donde se puede evidenciar este respeto mutuo “...si alguno opina de una manera contraria a la que estamos transmitiendo por medio de los videos sabrá por qué, no tenemos porque juzgar mal cada cual tiene su criterio propio”, recalcó el Pastor Pedro.

Por su parte, el Padre Jaime Susli sacerdote de la Iglesia Católica, señala que no es que las personas opinen en acuerdo o desacuerdo de lo que se transmite por la televisión, esto refiriéndose a la misa dominical, “...solo que las personas; todas en general tenemos pensamientos desiguales de determinado tema, lo que hace que haya interpretaciones diferentes unos con otros”.

Por último se tiene los criterios de los diferentes líderes religiosos, que formaron parte de esta investigación, el punto de vista de los mismos con respecto a la utilización de los medios de comunicación, específicamente la televisión como herramienta para la enseñanza cristiana y para la misión de las iglesias en todo el mundo que es el de evangelizar.

El pastor Pedro torres cree que es muy importante que hermanos suyos, pastores de otras iglesias incursionen con la televisión; ya que es una forma masiva de llegar a las personas. Indica que lo único que impide que las iglesias utilicen este medio en físico que sería el equipo completo de un canal televisivo gira en torno al factor económico, porque estos equipos son muy caros y la iglesia se mantiene bien económicamente; lo suficiente, pero no para contar con un canal propio.

Asimismo, enfatizó que la cultura en nuestro pueblo es distinta a los demás departamentos, es escasa, más bien no hay hábitos de cultura, las personas, no buscan instruirse por medio de la lectura, a pesar de haber mucho material de personas Escritores de esta tierra, pero la televisión se ganó ese lugar en la gente, “sin duda causan un impacto mayor que solo escuchar en la radio, o leer un libro o periódico”.

El pastor Teddy de la Iglesia Cuadrangular, opina que no es importante tener un canal televisivo para poder llegar a las personas con la enseñanza, “basta sólo con tener una televisión, unos cuantos Cds, sillas y un techo o hasta debajo de un árbol, lo que importa es que las personas aprendan, y salgan de su ceguera espiritual en las que viven, lo que muchas veces las lleva a un fracaso rotundo en sus vidas”.

Sin duda, indica el pastor Alejandro; que la televisión es un medio poderoso para evangelizar, pero el no contar con un canal televisivo no es motivo para detener la obra evangelizadora y nutrir a las personas con alimento espiritual, “es lo más importante para nosotros, el multiplicarnos. Es nuestro deber, trabajar en células es otra de las ventajas que tenemos a nuestro favor para poder llevar a cabo nuestra tarea de que todos conozcamos el reino espiritual”.

4.4 Sistematización de las historias de vidas.

En esta investigación las historias de vida, vienen a ser un complemento demostrativo que ayuda a aseverar que los cambios de vida son posibles y a través de los discursos cristianos, se da la conversión de muchas personas que sufren y anhelan un cambio de vida tanto espiritual como material.

La guía de preguntas se tomó como lineamiento para recabar la información, fue aplicada a seis personas, una por cada iglesia, donde se obtuvo datos resaltantes para esta investigación. El cambio espiritual que puede ocurrir como resultado de los discursos cristianos transmitidos a través de la televisión.

Es así que para el señor Dagoberto Quiroga, ahora miembro de la Iglesia Bautista, explica que el proceso de su conversión fue largo, adolecía de una enfermedad que no le permitió trabajar agudizando los problemas económicos y familiares. Esta situación paulatinamente arrasó con su vida y con la de su esposa, arrastrándolos a la desesperación, motivo que llevó recién a mirar a Cristo de una manera diferente. Don Dagoberto manifestaba lo siguiente, *“...yo no entendía que era Dios que quería que yo lo mirase, que clamase a él, que pidiera perdón, yo pensaba que solamente era castigo de mis errores pasados, pero mi mujer me hizo dar cuenta que Dios nos llama también a través de las pruebas y adversidades”*.

Son catorce años que el señor Dagoberto permanece en esta iglesia, comparte la enseñanza y predica la palabra de dios, con las pruebas, o sin las pruebas Dios cogió de su mano y no la soltará, *“Jesús me guarda debajo de sus alas y permaneceré hasta que él lo decida”*.

Dagoberto demostró, que el impacto de los discursos cristianos emitidos en la iglesia a través de la televisión fue una herramienta importante para lograr cambios tanto espiritual, emocional y económico. Los logros alcanzados por él y con la ayuda de la iglesia son materializados en su tiendita, su moto y diferentes bienes materiales

logrados. También narró que su autoestima subió lo bastante y que lleva ya casi doce años de ser ministro de alabanza. Menciona que no es tarea fácil y que su incredulidad, la impotencia que sintió en esos momentos, tornaron aún más difícil su conversión y entrega a la vida cristiana, por cierto un estilo de vida diferente a lo habitual. Pero que sin embargo, una luz en su camino oscuro trajo alivio paz y progreso a su vida. Actualmente Don Dagoberto no deja de nutrirse espiritualmente con la oración, la alabanza, y por supuesto no deja de ver su devocional diario, con vídeos de reflexión autoestima y de diferentes temas que van fortaleciendo su fe en su vida cristiana.

Según manifiesta Don Dagoberto de una u otra manera influenció en las personas, sobre la transformación que tuvo, su ámbito familiar fue creciendo espiritualmente lento, pero de una manera segura, su forma de pensar, empezó a ser cambios contagiando a su mujer con una fuerza de optimismo, de deseos de saber más de Cristo. Cuando él contaba que por medio de una prédica que miró en la televisión, había tenido un cambio en su vida, algunas personas que no asistían a la iglesia lo rechazaban; pero otras escuchaba lo que él les decía, y se emocionaban, le pedían que en alguna oportunidad les pudiera mostrar ese video y otros.

Para Dagoberto fue difícil empezar a demostrar los cambios que tuvo en la misma sociedad que lo conoció hundido en el fracaso, tenía que demostrar con hechos, y cuando tropezaba todos los juzgaban, pero él no se cansaba de demostrar su cambio, personas en su misma condición seguían sus pasos, asistían a las reuniones, oraban y por supuesto miraban los vídeos, para edificarse más, manifestaba que *“...las personas que no están hundidas en el mismo problema que tú no pueden entender tu condición de pecador, y lo único que hacen es consolarte y pedirte que no peques más, pero aquellas personas que viven tu misma situación te apoyan, te viven, te piden ayuda, y nos reunimos para ver nuestros videos, que nos ayudan a reflexionar y me hace bien porque hay cosas que yo como cabeza del grupo no entiendo y ellos me enseñan, me ayudan, me edifican y eso es gratificante*

saber que por medio de la televisión también podemos recibir algo bueno, que nos revive el alma”.

Otra de las historias de vida es la de Joselo, un joven apasionado por la pelea y las andanzas en grupos y someter a que se le pase en frente. *“Yo no entendía que Dios me amaba, sin importarle mi condición física ni el poder sobre los otros, que yo pudiera tener, lo que me importaba era pelear y dejar casi sin vida a mi contrincante”*, estas son palabras del entrevistado.

La situación emocional antes de la conversión de Joselo, era frágil, no pensaba mucho, se guiaba por las emociones malas como la ira, lo que manejaba cada uno de sus actos, impulsándolo a ocasionar daños físicos y psicológicos en sus víctimas, *“...me apasionaba, me daba satisfacción de poder, cuando yo pegaba a las personas, me vengaba de cada una de las agresiones que recibí de niño por mi padrastro, lo que cegaba mi entendimiento y el amor a mi prójimo”*.

El tiempo de permanencia de Joselo en la Iglesia es de un año y seis meses, aunque su ingreso fue un poco tardío, según manifestó, considera que perdió mucho tiempo cegado en su egoísmo y deseos de venganza, la conveniencia lo hizo mirar a la iglesia como una forma de refugio.

Nos menciona que la televisión en gran parte fue un refugio para su alma, en cuanto a las vivencias pasadas de Joselo, le gustaba mirar películas de acción, matanza, peleas, lo que alimentaba sus deseos de ira y satisfacciones. Al tener contacto con personas de la iglesia, su rutina diaria cambió y empezó a entretenerse con series y caricaturas. Para poder desahogarse, en una ocasión lo invitaron a una confraternización, proyectaron una serie; según nos relata, se trataba de una familia que contaba con todo el dinero suficiente para tener gustos y disgusto; nos cuenta, *“...el padre de familia llegaba de su trabajo en su limosina, la empleada lo esperaba en la puerta; él con tanta arrogancia le tiraba su bolsón y su chaqueta sin respeto, no hablaban en la mesa a la hora de la comida con su hija ni su esposa, un día chocó a*

un anciano que pasaba en bicicleta, se bajó del auto y en ves de fijarse del anciano, lo reteó y se fijó si su carro no estaba dañado, el anciano vendía libros, le regaló uno, era la "Biblia", y cuando llegó a su casa tenía un montón regada en su sala, me impresionó como el dinero, el egoísmo y la vanidad dejan sin sentimientos a las personas, igual que mi sentimiento de venganza, me sentí repugnante, se me vino a la memoria las diferentes personas que había tratado mal; las veía pidiendo venganza por mis actos, y me puse a llorar; sentía vergüenza dentro de mí".

Las palabras de Joselo demuestra el cambio de sentimientos que causó este vídeo en su carácter, el arrepentimiento genuino que impactó en su alma y llevó al cambio radical de su vida, social, laboral, familiar.

Para Joselo fue diferente, el rumbo de su suerte andaba de tropezones en tropezones, las reuniones fortalecían su espíritu, pero muy rápido se dejaba llevar por sus iras y emociones que lo hacían actuar de una manera que dejaba mal su imagen de persona convertida ante la sociedad, y también a la iglesia, pues a raíz de sus malos comportamientos juzgaban mal a toda la iglesia. Pero su insistencia por encontrar un refugio y solución a sus problemas, continuó en la oración y asistiendo a las reuniones, observando los vídeos, hasta que uno de estos tocó profundo en su corazón, en una semana y media él mismo empezó a ver cambios en su comportamiento. Trataba mejor a las personas, lo que hacía que los demás se interesen por saber cual fue el motivo de su cambio, sus emociones tuvieron una transformación rotunda, empezó a conocer la sensibilidad, el amor, el perdón, las personas de fuera de la iglesia empezaron a asistir a la iglesia y mirar los vídeo, manifestaba que "fue un cambio radical, genuino, cambió mi imagen como persona y como amigo, como joven, a causa de esto me enteré que dos personas se convirtieron después de las veces que asistieron a la iglesia a ver los vídeos".

Estas historias de vida demuestran que las personas que reciben el discurso cristiano a través de los mensajes emitidos por las iglesias ejercen cambios de vida que de una u otra manera tiene su impacto en las personas. Esto por la enseñanza

espiritual y el creciente aumento de los asistentes a las iglesias. Se puede sustentar que el accionar humano de las personas convertidas tiene su impacto posibilitando cambios radicales de vida, sean estos emocionales, familiares o laborales.

4.5. Diferencias en la emisión de los mensajes.

A través de la investigación realizada referida al “ANÁLISIS DEL IMPACTO QUE CAUSA EL DISCURSO CRISTIANO EN LA TELEVISIÓN DE COBIJA EN EL PRIMER SEMESTRE DE LA GESTIÓN 2010”, se ha identificado que en la emisión y decodificación de los mensajes emitidos por las Iglesia católica y evangélica existen diferencias que vale la pena ser mencionadas:

CATÓLICA	EVANGÉLICA
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con medio de difusión propio. A nivel nacional, Radio María. • Emisión de la misa dominical a través de la radio y la televisión. • Tienen actividades específicas durante todo el año de acuerdo al Calendario de festividades religiosas, entre las que se destacan como romerías, los velorios, retiros espirituales, etc. • El mensaje o discurso cristiano es emitido de persona a persona, a través de agrupaciones como, catequistas, la pastoral juvenil, Corazón de Jesús, congregaciones de religiosas, entre otros, quienes llevan la enseñanza cristiana. • La forma en que estas persona decodifican el mensaje, se basa más en las actividades cotidianas del día a días, el mensaje que reciben se basa mayormente a uno, dos hasta tres como máximo versículos de la Biblia. • Se ha visto la intromisión de la Iglesia católica con su protagonista el Padre Jaime Susli el 11 de Septiembre del año 2008 cuando salió en 	<ul style="list-style-type: none"> • La televisión es instrumento novedoso para la enseñanza cristiana. • No cuentan con un medio de comunicación propio. • Los mensajes son emitidos a través de la televisión, por canales en TV cable, en señal abierta Ej. Cristo Viene y Enlace, por la Radio Activa entre otras, también en las iglesias con las Predicas pre gravado, películas de contexto educativo cristianas, video clip musical. • La forma en que estas personas decodifican el mensaje, se salen un poco de lo actual para hacer un retroceso y querer transformar su vida como vivieron los antepasados que les enseñan a través de la biblia hablando espiritualmente, mayormente todas las interpretaciones que reciben es de un capítulo de la Biblia por clase • Los mensajes emitidos a través de materiales como música, películas, prédicas, son accesibles en los templos, sin ningún costo. • Realizan eventos evangelísticos (salen a los

defensa de nuestro prefecto en ese entonces Leopoldo Fernández.	barrios en avanzadas a predicar casa por casa, veladas artísticas en el coliseo de cada barrio) una vez por semana.
<ul style="list-style-type: none"> • Las Diferentes misas que realizaron para la liberación o a favor del en esos entonces Prefecto Leopoldo Fernández. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha visto la intromisión de un pastor en el aeropuerto Anibal Arab, en el que perdió la vida ese mismo día un 11 de Septiembre del 2008.

Fuente: elaboración propia en base a investigación 2009.

Con respecto a las diferencias que tienen las diferentes iglesias en cuanto a la emisión de sus mensajes de los discursos cristianos que transmiten a los asistentes, se puede mencionar que si tienen un efecto en sus seguidores, esto por las formas que emplean al momento de transmitir los mensajes, y por supuesto el contenido de los mismos.

En la parte política se observa la intromisión de parte de las dos corrientes religiosa en la ciudad de cobija, con las personas representativas de estas iglesias, que son el cura y el pastor implicados en los casos expuestos.

CONCLUSIONES

De acuerdo a las diferentes herramientas utilizadas en este trabajo de investigación “Análisis del impacto que causa el discurso cristiano en la televisión de Cobija en el Primer semestre de la gestión 2010”, se llegó a las siguientes conclusiones:

CONCLUSION GENERAL

A través de las diferentes herramientas utilizadas se llegó a la conclusión de que se puede utilizar a los medios de comunicación como un medio de transformación en la ideología socio-económica cultural y Espiritual, con miras a una sociedad formada por personas que sean aceptadas en su forma de vivir por ellas mismas y por las personas que la rodean

Objetivo específico Nº 1

Identificar los grupos cristianos que utilizan la televisión como herramienta para difundir los discursos cristianos.

- ❖ Se llegó a identificar diferentes iglesias o denominaciones que utilizan los discursos cristianos transmitidos por la televisión, los mismos en diferentes horarios y días de la semana, estos no encuentran necesario esperar el domingo para tener un encuentro con Dios, y edificación con sus hermanos.
- ❖ Algunos de estos grupos en un bajo porcentaje utilizan la televisión como entretenimiento, se reúnen en el templo, miran determinado vídeo o película por supuesto cristiana, pero al terminar la misma, el pastor realiza algún comentario, luego se despide, sin ninguna forma de edificación a feligreses. Esto demuestra que por parte de las iglesias falta darle un rol de educación

que ocasione algún impacto en los grupos que utilizan este medio de comunicación.

- ❖ En cuanto a las personas que observan la misa, hablando de personas católicas, asistentes al templo Nuestra Señora del Pilar, sólo observan edificaciones, discursos cristianos los domingos cuando se transmite la Misa dominical.
- ❖ También existen los días festivos, como ser Semana Santa donde son los únicos días que los canales transmiten películas de la Pasión de Cristo, Vida y Resurrección. Es la única forma y momento en que los canales transmiten sus televidentes algo acercado a la Fe Cristiana. Es en este tiempo que las personas que no reciben ninguna clase de enseñanza religiosa aprovechan estos días de festividad para reflexionar.

Objetivo específico N° 2

Determinar el grupo específico de personas dentro de la ciudad de Cobija que reciben a través de la televisión el discurso cristiano.

- ❖ Se ha destacado a seis de estos grupos, por la importancia y relevancia que le han dado a la utilización de la televisión como instrumento para la enseñanza Espiritual y edificación de las personas.
- ❖ También se ha identificado en las denominaciones Evangélicas a los grupos pequeños de células, se componen de cinco personas como mínimo a quince personas como máximo, las mismas se reúne para recibir el mensaje espiritual por medio de la televisión.

- ❖ También se identifico la forma en que las iglesias transmiten sus mensajes y logran tener un impacto, en cada actividad de confraternización algunas personas terminan aceptando a Cristo en su corazón, o en otras palabras aceptando pertenecer a esa denominación o Iglesia.
- ❖ También se identificó que las Iglesias Evangélicas están conformadas por célula, y cada una tienen un líder, cada cinco células un supervisor de área, y el supervisor de área se rige a las órdenes del Pastor.
- ❖ También se identificó, fuera de estos grupos y actividades, a personas que asisten a reuniones de entretenimiento y recreación, donde miran videos de películas, por ejemplo las 15 partes de “Cicatrices” película que conmueve por llevar un contenido vivido de la realidad de algunas personas con dificultades.
- ❖ También existe por supuesto el pequeño grupo juvenil, que utilizan los videos musicales como apoyo para poder formar sus coreografías de bailes, dramas, mímica que utilizan en las diferentes evangelizaciones que realizan en los distintos barrios de nuestra ciudad,
- ❖ En el caso de la iglesia Nuestra Señora del Pilar el grupo de Pastoral juvenil, donde realizan actividades, pero no tienen el contacto constante con los medios de comunicación.

Objetivo específico N° 3

Analizar la forma en que estas personas decodifican el mensaje que reciben del discurso cristiano a través de la televisión.
--

- ❖ En las Iglesias Evangelistas se identificó que las personas decodifican el mensaje que reciben, inclinándose al estado emocional en el que se encuentren, los mensajes que reciben son parte de su cotidiano vivir, lo que hace que se identifiquen con los mismo y cause un efecto rápido y espontaneo.
- ❖ De esta forma demuestran de una manera muy clara ese cambio que ocurrió, ya que en los distintos grupos las personas empiezan a comentar entre ellas el agrado o desagrado del mismo, lo que entendieron, si alguno de ellos le entiende de una manera en que puede ser de ayuda para todo el grupo; lo transmite a los demás siendo de edificación para los demás miembros del grupo.
- ❖ Los mensajes son claros y en el caso de que alguna persona no entendiera, el encargado puede repetir el vídeo, lo que hace que estas personas salgan de cada encuentro con las dudas disipadas.
- ❖ Además, cuentan con el apoyo del líder de célula o de grupo que son encargados de brindar la orientación necesaria, de acuerdo a sus conocimientos, con los términos o palabras que se encuentran en la Biblia.
- ❖ Estos grupos en su mayoría también cuenta con un tiempo determinado de 20 a 30 minutos para charlar e interactuar, de esta manera se realiza la edificación y la enseñanza a profundidad de los mensajes recibidos por la televisión.

Objetivo específico N° 4

Analizar cambios que tienen las personas que decodifican el discurso cristiano que reciben a través de la televisión.

- ❖ En cuanto al análisis de cambios que tienen las personas, causados por el impacto cuando decodifican el discurso cristiano que reciben a través de la televisión, son de carácter temperamental, emocional.
- ❖ En algunos casos de relevante importancia se observó cambios en las personas después de haber asistido a reuniones donde observaron el discurso cristiano como es el cambio de rol social, por ejemplo, personas hundidas en vicios del alcohol que la sociedad o familiares rechazaban, lograron tener un cambio de actitud y forma de vida mejor.
- ❖ En otros casos hubieron adolescentes rebeldes que cambiaron su forma de tratar a sus padres, al mirar vídeos que muestran casos de adolescentes rebeldes, drogadictos, y como hacen sufrir a las personas que los rodean.
- ❖ También se observó dentro de las reuniones de células, cada vez que se muestra el vídeo, la persona reflexiona, de acuerdo al contenido o tema que se presenta en el momento de la reunión. Posteriormente interactúan con todo el grupo, donde se observan actos de parte de las personas que reciben en un nivel alto el impacto por el mensaje, como ser disculpas, palabras de aliento, pedidos de oración entre otros, etc.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados a los que se llegó y tomando en cuenta la importancia de la televisión en los discursos cristianos, se plantean las siguientes recomendaciones:

- ❖ Se insta a los líderes de opinión religiosa a realizar un trabajo conjunto con los medios masivos de comunicación.
- ❖ También se recomienda el uso de la televisión como herramienta para la enseñanza espiritual en las iglesias o denominaciones que no utilizan estos medios.
- ❖ Asimismo, se recomienda a los propietarios de medios masivos de comunicación, específicamente de canales televisivos; a implementar en su programación diaria o en fin de semanas, programas Religiosos Educativos, como una forma de concienciar a la sociedad en cuanto a temas como el alcoholismo, drogadicción entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

a) Documentos impresos

ASSAMN 1998 in PRADO, M. AMALIA. Dios es evangelista ¿No? Bolivia, Plural Editores.

BARRAGAN, Rossana y SALMAN, Ton. "Guía para la formulación y ejecución de Proyectos de Investigación", Cuarta Edición, Editorial Offset Boliviana Ltda. "EDOBOL" La Paz Bolivia. 2007.

CATALAYU. A. Emilio, "Estudios Sociales" 1º. Secundaria, Ediciones BRUÑO 1996.

GAITAN MOYA, Juan A., PIÑUEL RAIGADA, José L., "Técnicas de Investigación en Comunicación Social", Editorial SÍNTESIS S.A. España Madrid, 1998.

MARÍN, Antonio Lucas, GARCÍA GALERA, Carmen, RUÍS SAN ROMÁN, José Antonio, Sociología de la Comunicación, Segunda Edición, Editorial Trotta 1999,2003.

PARDINAS, Felipe. *Metodología y técnica de investigación en ciencias sociales* IN Zorrilla A. Santiago*Torres, Miguel X. GUÍA PARA ELABORAR LA TESIS.

PRIETO Daniel. 1999, El Juego del Discurso, Manual de Análisis de estrategia discursiva. Ediciones LUMEN HYMANITAS.

STROBELE, GREGOR. Juliana, "Indios de Piel blanca, Evangelistas Fundamentalistas en Chuquiawu. Ediciones HISBOL 1989.

VERÓN, E. 1997. Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos de la Comunicación*.

b) Documentos electrónicos.

CORREIA, J.C. 2004. Mediação, cultura e sociabilidade. *In*: J.C. Extraído de La red de internet.

GUILLERMO MEJÍA. [Http/w.w.w.La Mediatización de la religión](http://w.w.w.La Mediatización de la religión). Fuente: Raíces.

LUÍS SIERRA. (lisierra@javeriana.edu.co)(Diciembre 2008) Pdf-Adobe Reader Por que estudiar a mídia?Sao Paulo, Loyola.

S.S. JUAN PABLO II para la XXIV Jornada mundial de las Comunicaciones Sociales (27 de mayo de 1990). Documento extraído de la red Internet. Texto en versión electrónica realizado por VE Multimedia & trade.

XAVIER PICAZA, [http/w.w.w.comunicación y religión.com](http://w.w.w.comunicación y religión.com).

SILVERSTONE, R. 2002. *Por que estudar a mídia?* São Paulo, Loyola.

ZORRILLA A. Santiago*TORRES X. Miguel. Guía para Elaborar LA TESIS, 1ª Ed. 1995. págs. 28,29

ANEXO Nº 1

GLOSARIO

Para una mejor información se detallan documentos que pueden ser consultados.

PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTRUCCIÓN PASTORAL **COMMUNIO ET PROGRESSIO** SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PREPARADA POR MANDATO ESPECIAL DEL CONCILIO ECUMÉNICO VATICANO II. Los instrumentos de comunicación social, aunque directamente se dirijan al individuo, afectan y mueven (8) realmente a toda la sociedad, llevan rápidamente el conocimiento de la vida del mundo de hoy a muchos hombres, mostrando el estilo y mentalidad de nuestro tiempo. Por eso han de ser juzgados como necesarios para las estrechas y cada vez más intensas relaciones y tareas de nuestra sociedad. Y así, les afectan también los mismos principios que regulan y rigen las relaciones humanas bajo un punto de vista cristiano. Por un providencial designio, estos mismos inventos se ordenan a revelar los interrogantes y esperanzas de la sociedad humana, a darles respuesta y a que los hombres se unan más estrechamente. Este es el principio fundamental del que se deduce la valoración cristiana de las posibilidades de prosperidad humana que estos instrumentos aportan.

7. Dondequiera que el esfuerzo humano pretende mejorar las condiciones de la vida terrestre, y especialmente siempre que se trata de los más modernos prodigios de la ciencia humana y los grandes éxitos de la técnica, la visión de los cristianos y su juicio sobre el mismo hombre, sobre las relaciones humanas y sobre la historia entera ve en ellos una respuesta -muchas veces inconsciente- al precepto divino de "poseer y dominar la tierra" (9), a la vez que una participación al plan de Dios Creador y Conservador de las cosas (10). Y en esta consideración y perspectiva se sitúan los medios de comunicación social ya que son muy eficaces para la difusión del conocimiento y, por lo tanto, para toda colaboración. Dios al crear al hombre a su imagen, le dio participación en su mismo poder creador para construir la ciudad terrena (11).

8. Por su propia naturaleza la comunicación social intenta crear en los hombres un mayor sentido comunitario, aumentando el intercambio entre unos y otros. Y así todo hombre unido fraternalmente a los demás contribuye, como llevado de la mano de Dios (12), a realizar el plan divino en la historia. Según la fe cristiana el acercamiento y la comunión entre los hombres es el fin primero de toda comunicación que tiene su origen y modelo supremo en el misterio de la eterna comunión divina del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo que existen en una misma vida divina.

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES
INSTRUCCIÓN PASTORAL AETATIS NOVAE SOBRE LAS
COMUNICACIONES SOCIALES EN EL VIGÉSIMO ANIVERSARIO DE
COMMUNIO ET PROGRESSIO A. Contexto cultural y social 4. El cambio que hoy se ha producido en las comunicaciones supone, más que una simple revolución técnica, la completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta el mundo que le rodea y que la percepción verifica y expresa. El constante ofrecimiento de imágenes e ideas así como su rápida transmisión, realizada de un continente a otro, tienen consecuencias, positivas y negativas al mismo tiempo, sobre el desarrollo psicológico, moral y social de las personas, la estructura y el funcionamiento de las sociedades, el intercambio de una cultura con otra, la percepción y la transmisión de los valores, las ideas del mundo, las ideologías y las convicciones religiosas. La revolución de las comunicaciones afecta incluso a la percepción que se puede tener de la Iglesia y contribuye a formar sus propias estructuras y funcionamiento.

Todo esto tiene importantes consecuencias pastorales. En efecto, se puede recurrir a los medios de comunicación tanto para proclamar el Evangelio como para alejarlo del corazón del hombre. El entramado cada vez más estrecho de los medios de comunicación con la vida cotidiana influye en la comprensión que pueda tenerse del sentido de la vida.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de pesar no sólo sobre los modos de pensar, sino también sobre los contenidos del pensamiento. Para muchas personas la realidad corresponde a lo que los medios de comunicación definen como tal; lo que los medios de comunicación no reconocen explícitamente parece insignificante. El silencio puede, así, hallarse impuesto de hecho a los individuos o a los grupos ignorados por los medios de comunicación; la voz del Evangelio puede, también, ella, encontrarse reducida al silencio sin ser apagada totalmente. Por ello es importante que los cristianos sean capaces de suministrar una información que «cree las noticias», dando la palabra a los que están privados de ella. El poder que tienen los medios de comunicación de fortalecer o de destruir las referencias tradicionales en materia de religión, de cultura y de familia subraya bien la pertinente actualidad de las palabras del Concilio: «Para el recto empleo de estos medios es totalmente necesario que todos los que los usan conozcan y lleven a la práctica fielmente en este campo las normas del orden moral (7).

ANEXO Nº 2

GUIA DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA
(Dirigida a líderes eclesiásticos y de opinión)
Ciudad de Cobija

ENTREVISTA ESTRUCTURADA
(Líderes Eclesiásticos y de Opinión)

Nº-----

Fecha:...../...../2009

Hora: De a

Iglesia y/o Denominación:.....

Entrevista por.....

Nombre y Apellido:.....

Lugar donde se realizó la entrevista.....

PREGUNTA	RESPUESTA
1. Utiliza usted para enseñanza espiritual a los asistentes de la iglesia la televisión o el discurso cristiano gravados como ser: Prédicas, historias de vida, etc.
2. Qué cambios percibe usted en las personas después de recibir estos mensajes.
3. Qué nos dice sobre la compra de CDs?
4. Existen opiniones diferentes en desacuerdo a lo que observaron, Cuales?
5. Estas opiniones en desacuerdo tienen algún efecto en la iglesia.
6. Que opina de la enseñanza espiritual a través de la televisión.

ANEXO Nº 3**NOMINA DE ENTREVISTADOS**

ENTREVISTA ESTRUCTURADA
 (Dirigida a líderes eclesiásticos y de opinión)
 Ciudad de Cobija

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	IGLESIA	FECHA	Hrs.	DIRECCIÓN
1.-	Alejandro Rivero N. V.	Bautista			Av. 9 de febrero
2.-	Pastor Lujan	Poder de Dios			Av. Internacional.
3.-	Pastor Vicente Cary	Iglesia Cristiana			Av. 27 de Mayo.
4.-	Pastor Pedro	Comunidad Cristiana de Fe			Frente Plaza Potosí
5.-	Pastor Teddy	Cuadrangular			Av. Circunvalación
6.-	Padre Jaime Sussli	Catedral Nuestra Señora del Pilar.			Plaza Germán Busch.

ANEXO Nº 4**GUÍA DE HISTORIA DE VIDA**

Nº-----	HISTORIA DE VIDA (Asistentes de las iglesias)
<i>Nombre y Apellido:.....Fecha:...../...../2009</i>	
<i>Iglesia y/o Denominación:.....Hora:.....</i>	
<i>Edad:..... Procedencia.....</i>	
<p>CARACTERÍSTICAS: Se trata de construir, en una o más sesiones, la vida de una o algunas personas que pueden contarnos sobre el impacto ocasionado por los contenidos de los discursos cristianos mediatizados a través de la televisión.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Proceso de su conversión. 2.- Su situación emocional antes de su conversión. 3.- Cuántos años permanece en la iglesia. 4.- En algún momento la televisión fue un factor importante para su conversión. Podría detallarnos. 5.- Este medio es una herramienta de educación u orientación en su vida (evangélica). 6.- A través de la enseñanza espiritual recibida por la televisión a logrado influenciar o impactar a alguna persona de su entorno: Familiar, escolar, laboral. 7.- Cree usted que la información espiritual transmitida por este medio, puede lograr un cambio de vida. 	
<p>TIPO RESULTADOS: Lo que se obtiene es una riqueza única: la reconstrucción de vida de ciertas personas que fueron protagonistas o testigos de procesos más grandes que ellos.</p>	

ANEXO Nº 5**GUÍA DE ENCUESTA**
(Asistentes de las iglesias)

Nº-----

Nombre y Apellido:..... Fecha:...../...../2009

Iglesia y/o Denominación:..... Hora:.....

Edad:..... Procedencia.....

MARCA DONDE CORRESPONDE.

1.- Recibe usted enseñanzas espirituales a través de discursos cristianos por la televisión como ser: Prédicas, testimonios, historias de vida, etc.

 SI NO

2.- El mensaje que usted recibe, fue motivo para algún cambio en su vida.

R.....

3.- Que cambios, puede citar alguno de ellos.

R.....

4.- Puede usted decirnos el tema del mensaje que causó ese cambio.

R.....

5.-Tuvo algún punto en especial de este mensaje que le llamó la atención. ¿Podría nombrar alguno?

R.....

6.- Este punto llegó a causar alguna clase de sentimiento en usted. ¿Cuál?

R.....

7.- Las expresiones que utilizan al transmitir los mensajes, ayudan o dificultan el aprendizaje.

R.....

8.- Los términos que utilizan en estos mensajes son adecuados. Si, No ¿Por qué?

R.....

ANEXO Nº 6**GUÍA DE ESCALA ACTITUDINAL DE LICKERT**
(Asistentes de las iglesias)

Nº-----

Fecha:...../...../2009

Hora: De..... a.....

Iglesia y/o Denominación:.....

1.- Para usted la televisión es una herramienta de aprendizaje...Lento

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Rápido**2.- La televisión como herramienta de la educación espiritual en las iglesias le parece:**Malo

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Bueno**3.- Recibe usted mensajes a través del discurso cristiano transmitido por la televisión?**No

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Si**4.- Le gusta mirar este tipo de programa.**Poco

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

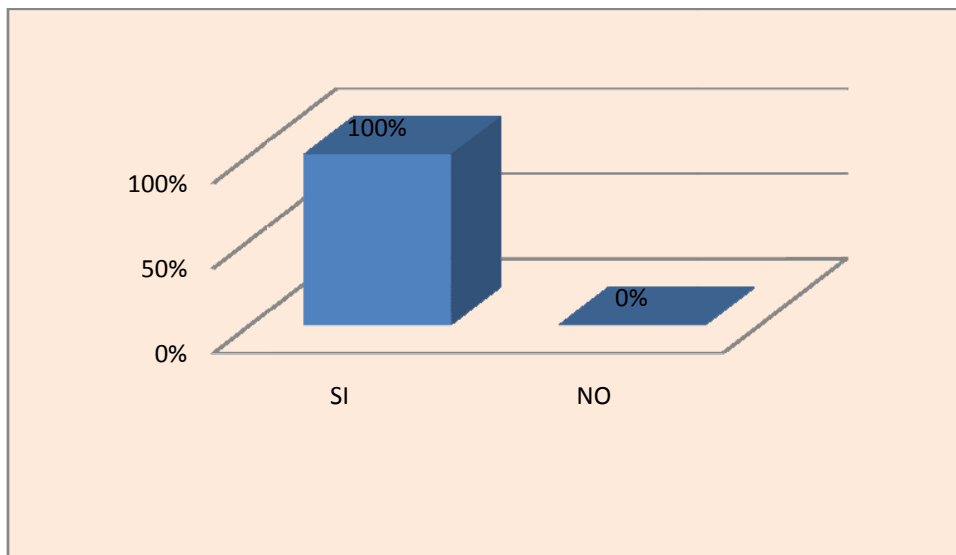
 Mucho**5.- recibe alguna gratificación espiritual.**Nunca

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

 Siempre

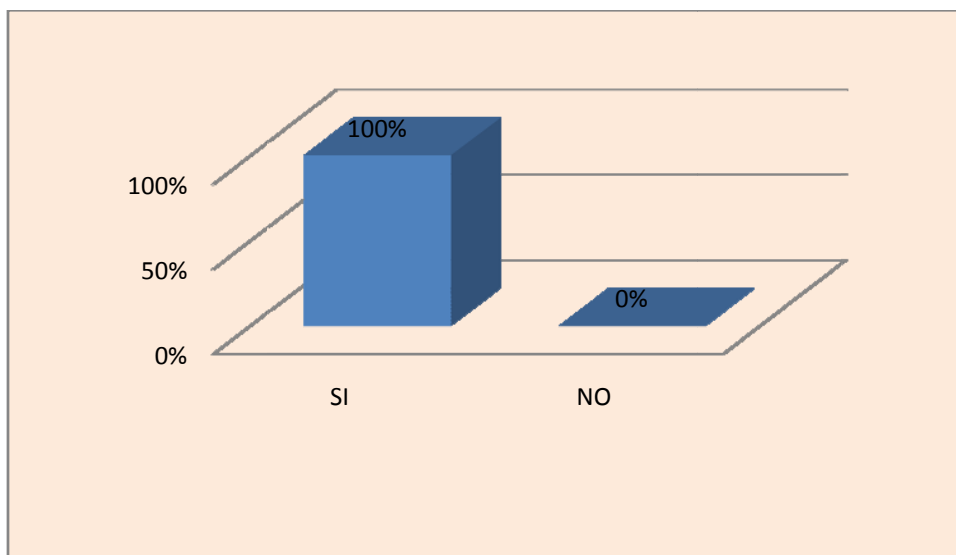
ANEXO N°7

¿Recibe usted enseñanzas espirituales a través de discursos cristianos por la televisión como ser: prédicas, testimonios, historias de vida, etc.?



ANEXO N° 8

¿ El mensaje que usted recibió fue motivo para tener algún cambio en su vida?



ANEXO N° 9**Punto en especial del mensaje que le llamó la atención.**

PUNTO DE ATENCIÓN DEL MENSAJE	Nº	%
El cambio o renovación y no airarnos	1	3%
La vida eterna	1	3%
Resistid a los soberbios	1	3%
El poder de Dios	1	3%
Cuando el pastor miró a la pantallas, se quedó callado y pum de un grito me asusto	1	3%
El mensaje muy directo, me sentí culpable	1	3%
Cuando dijo que los hijos de Dios no son cobardes	1	3%
Cuando dice que las pruebas son buenas	1	3%
El momento que dijo que el amor es sufrido, sacrificado y como se expreso de su esposa	1	3%
El momento que dijo que somos la luz de mundo y la sal de la tierra	1	3%
Si que tengo que alabarle todos los días	1	3%
Cuando mostró que la forma de caminar caracteriza a la persona	1	3%
El amor a la humanidad a la familia	1	3%
El momento de la Bendición, el sacerdote da las bendiciones para todas las personas	1	3%
Si cuando todos pasaron y dieron sus votos a la mamita del pilar con fe	1	3%
cuando el cardenal dijo que el amor a los enemigos es una orden de Dios	1	3%
Cuando dijo que Dios espera una comunión diaria con el hombre	1	3%
Si cuando el pastor se arrodilla y dice: Señor estoy sin fuerzas, como diciendo porque somos débiles	1	3%
Si en la reflexión citó al cobrador	1	3%
Cuando cantan bien uniformadas con sus instrumentos	1	3%
Cuando dijo que el miedo paraliza nuestras vidas	1	3%
Si cuando dijo que la fe no es emocionarse si no creer	1	3%
El tono de voz que utilizó lo hace entrar a uno en el tema	1	3%
Cuando nos apartamos nos enfriamos	1	3%
Cuando dan el testimonio	1	3%
Cuando el pastor llora a Dios y pide que lo lleve	1	3%
Cuando la congregación ora y se mira con fe	1	3%
Como el pastor interpreta la Biblia a la realidad	1	3%
Con ganas de sobresalir	1	3%
Cuando nos habla a los televidentes	1	3%
TOTAL	30	90%

Fuente: elaboracion propis en base a encuesta.