

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Análisis de procesos de la comunicación al momento de la Homilía, el caso de la parroquia la ascensión del señor”

Autor: Tanya Romero Oseguera

**Tesis presentada para obtener el título de
Licenciada en ciencias de la comunicación:**

**Nombre del asesor:
Lic. Susana García Ramírez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TESIS

**"ANÁLISIS DEL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN AL
MOMENTO DE LA HOMILÍA; EL CASO DE LA PARROQUIA "LA
ASCENCIÓN DEL SEÑOR"**

SUSTENTATE: TANYA ROMERO OSEGUERA

ASESOR: LIC. SUSANA GARCÍA RAMÍREZ

CLAVE: 16PSU00125 ACUERDO: LIC000202

MORELIA, MICHOACÁN, JULIO DEL 2009

Dedicatoria:

Mami, gracias por el amor, el apoyo, el esfuerzo, la fortaleza, y por la lucha constante para sacarme adelante. Soy la más afortunada del mundo por tenerte a mi lado. Te amo.

Mamajesusita gracias por tus bendiciones y tu fe constante, eres el ejemplo de la grandeza de una mujer. Te amo.

A mis dos estrellas del cielo: Papi y Papaeto, gracias porque desde donde están siempre iluminan mi camino, los amo.

Kacho, esposito, gracias por todo el apoyo, fue difícil, pero este es el resultado. Te amo.

A mis suegros y a mi cuñada, les agradezco infinitamente por apoyarme y abrirme las puertas de su casa y familia.

A todas las personas que de alguna manera participaron y me apoyaron en la realización de esta tesis, mil gracias, siempre los recuerdo.

Patricio, aunque siempre pisabas mi lap, no te quedaba de otra más que desvelarte conmigo. Te amo perruchino!

.....Por fin, el tiempo y el miedo pasaron.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	Pág. 4
CAPÍTULO 1 EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN	Pág. 24
1.1 Los lenguajes	Pág. 25
1.2 El modelo de Comunicación	Pág. 29
1.3 Acto de Comunicar	Pág. 33
1.4 Tipos y Niveles de Comunicación	Pág. 39
CAPÍTULO 2 HOMILÍA; MENSAJE COMO MEDIO PARA EVANGELIZAR	Pág. 50
2.1 El mensaje	Pág. 51
2.2 Conductibilidad del mensaje	Pág. 55
2.3 La codificación y Decodificación del mensaje	Pág. 58
2.4 Importancia del Evangelio como fuente del mensaje	Pág. 64
CAPÍTULO 3 EL OFICIO DEL PRESBITERO	Pág. 69
3.1 ¿Qué es Evangelizar?	Pág. 70
3.2 Catequesis; Modelo de educación	Pág. 79
3.3 Empatía y liderazgo del emisor	Pág. 83
3.4 La misa	Pág. 92
CAPÍTULO 4 EL PAPEL DEL CATÓLICO FRENTE A LA HOMILÍA	Pág. 96
4.1 La Homilía y su efecto persuasivo	Pág. 97
4.2 Actitudes de los creyentes frente a la homilía	Pág.104
CAPÍTULO 5 ESTUDIO DE CASO	Pág. 109
CONCLUSIONES	Pág. 125
PROPUESTA; RECOMENDACIONES	Pág. 134

GLOSARIO _____ **Pág. 146**

BIBLIOGRAFÍA _____ **Pág. 151**

ANEXOS _____ **Pág. 158**

PRESENTACIÓN

Para obtener el grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y por el perfil del trabajo en cuestión dedicaremos esta parte de la introducción, para reflexionar, pensar y reconocer el presente como soporte que enriquecerá el fortalecimiento de la Homilía en la parroquia de la Ascensión del Señor.

Como laicos, hacemos este aporte desde una construcción fraterna, nacida de la inquietud de las asistencias dominicales a la celebración de la misa, en la Iglesia mencionada, y que hoy ponemos a discusión de todos ustedes ya que como aspirantes a ser Licenciados en materia Comunicacional sometemos a discusión una herramienta que quiere sin temor alguno y no pretenciosamente, responder a algunas necesidades sentidas en las Homilías de la Parroquia citada.

Este proyecto de investigación estuvo dirigido al Proceso de Comunicación al momento de la Homilía en la Parroquia de la Ascensión del Señor. Se analizó si los receptores (los feligreses) captan el mensaje del emisor (sacerdote) para llevarlo a la práctica social o personal.

Tratamos como primera instancia ¿Qué es el lenguaje? Y partimos de aquí para entender el proceso de la comunicación, sus elementos y conceptos lo que permite una visión más clara del alcance de esta investigación.

Los principales elementos de esta investigación fueron:

1. El Mensaje como medio para Evangelizar, el cual gira en torno a la codificación y decodificación del mensaje.
2. El nivel de Comunicación que se maneja en las iglesias al momento de la homilía. Si hablamos de una comunicación de masas, de un público, auditorio o grupo, es decir todos aquellos receptores, y por último

3. El Oficio del Presbítero como Mensajero de Dios y responsable de la Evangelización.

El paseo por la lectura de este estudio nos lleva a la conclusión a la que la misma Iglesia Católica ha llegado desde hace casi un siglo: la carencia en la predicación de los Sacerdotes lo que produce una mala Homilía¹.

¹ Cardenal Marc Ouellet, relator de la Asamblea General del Sínodo de los Obispos. Mayo 2007.
www.milenio.com/node/91169-

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Francisco Pastor² en su intervención en los diálogos Almudí³ 2003, en los cuales se tocaron temas como la comunicación y la iglesia en la actualidad, realizó un comentario sobre algo que debe ser reflexionado por todos los presbíteros: La Iglesia, a lo largo de la historia, ha comunicado maravillosamente bien; ha comunicado a través de las Catedrales, que son auténticas Catequesis, en la actualidad, sin embargo, estimo que la Iglesia tiene grandes dificultades en la comunicación. Pienso que fallamos, en las tres cuestiones fundamentales: en el emisor, el mensaje y en el receptor.

Después de esta reflexión, para nuestro planteamiento del problema iniciamos por el principio: hablar de comunicación es hablar de lenguaje, ya que "cuando se analiza la comunicación como un proceso en el cual las ideas codificadas se transmiten de un emisor a un receptor, la única aptitud necesaria para la interacción es la de comprender el código"⁴. Es por esto que necesitamos comprender primero ¿qué es el lenguaje?, Fernández Collado en su libro *Comunicación Humana* lo define como un sistema organizado y generativo que se adquiere y controla con un conjunto de reglas para la formulación de expresiones orales interpretables.

De aquí parte esta investigación, del hecho por el cual el emisor (sacerdote) se da a entender al momento de la homilía. El emisor debe tener la aptitud que consiste en el conocimiento de un código para que la comunicación que consiste en la transmisión de mensajes se logre entre él y los receptores (feligreses).

Al hablar del proceso de comunicación en la iglesia al momento de la Homilía, nos damos cuenta de que es una comunicación cara a cara en donde una persona está frente a varias emitiendo un mensaje sobre la palabra de Dios.

2 PASTOR ALCOY, Francisco. Director del semanario diocesano PARAULA, Iglesia en Valencia, Francisco Pastor Alcoy que además de director de esta publicación de la diócesis valentina, ha sido corresponsal de guerra, durante la guerra del Golfo, redactor de la cadena COPE, y es también hoy profesor de derecho de la Universidad de Valencia

3 La Asociación Almudí de Valencia persigue fines de interés general tales como: Organizar y promover actividades encaminadas a la renovación y conservación de los valores del espíritu y la Iglesia Católica, en beneficio del conjunto de la sociedad, sin ánimo de lucro

4 FERNANDEZ, Collado Carlos. *"Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo"*, Mc Graw Hill, 1988.

"En su retórica Aristóteles dijo que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio, esto es: la persona que habla, el discurso que pronuncia y la persona que escucha"⁵

Pero, ¿De qué nivel de comunicación estamos hablando?, ¿es interpersonal?, ¿es intergrupál⁶? la gente puede comunicarse a muchos niveles por muy diversos motivos con gran número de personas y en múltiples formas.

A partir de esto surgen otras interrogantes más, ya que en este tipo de comunicación se habla de un público, auditorio, grupo, audiencia, etc., es importante entonces definir cada una de estas para saber a que nos estamos refiriendo.

Como ya lo hemos venido comentando, la información localizada trata del proceso de la comunicación colectiva, es decir, en qué nivel de comunicación se encuentran los receptores (católicos) presentes en la misa, a grandes rasgos, lo que es el circuito o proceso de la comunicación intergrupál; el discurso que se maneja para persuadir, y por consiguiente la presencia del líder (sacerdote) como evangelizador.

Sabemos que la comunicación que se da dentro de la iglesia al momento de la homilía es de carácter grupal, pero hay que determinar qué diferencia existe entre el tipo de comunicación que se da entre el sacerdote de la parroquia "la Ascensión del Señor" con sus feligreses, a aquella que lleva a cabo en un salón de clases, en una conferencia, etc. Para esto se deben establecer cuáles son los elementos, apoyo, limitantes y problemas de la comunicación en estos niveles⁷, es por eso que investigamos las razones del punto exacto en donde se lleva a cabo la comunicación o se desvía de lograr su objetivo cuando los creyentes (receptores) ponen barreras (se limitan a orar, hacer peticiones y/o aburrirse) que les impiden realizar la retroalimentación.

⁵ K. BERLO, David. *"El Proceso de la Comunicación"*, el Ateneo, 1960.

⁶ La comunicación intergrupál se conforma en una comunidad o asociación. Mc QUAIL, Dennis. *Introducción a la Teoría de Comunicación de Masas*, Paidós, 1970 pp. 89

⁷ Según la clasificación que hace Dorwin Cartwright en su libro *Dinámica de grupos; Investigación y Teoría*, trillas, 1971 pp. 45

El proceso de comunicación es una interacción constante que busca la retroalimentación para que cumpla con su objetivo principal. En el caso del proceso que se da en las iglesias al momento de la homilía no se da una respuesta inmediata, y por esto buscamos si tal respuesta llegó a darse por parte de los receptores o no.

Este proyecto de tesis se apoyó primeramente en observaciones al objeto de estudio, ya que, después de darnos cuenta de la importancia que tiene la Homilía como mensaje persuasivo, buscamos materiales que contribuyeran a ampliar la investigación en el tema.

David K. Berlo en su libro *Comunicación Humana*, nos muestra el proceso de comunicación que para efectos de esta investigación utilizamos como modelo para analizar el fenómeno que se da al momento de emitir la Homilía.

Los elementos que él reconoce en este esquema son: la fuente, el codificador, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor, todos ellos encargados de participar en la comunicación interpersonal⁸ efectiva.

"Una manera conveniente de describir un acto de comunicación es la que surge de la contestación a las siguientes preguntas: ¿quién dice qué, en qué canal a quién y con qué efecto?"

Obviamente la comunicación depende de quién es el comunicador que contempla los factores que inician y guían el acto de la comunicación, es por eso que utilizamos como este esquema de comunicación como apoyo a nuestro estudio.

⁸ Es aquella, que se establece principalmente con dos individuos los que actúan de manera que uno realiza la función de emisor y el otro de receptor. CASTREJON, Jaime y Ángeles, *Consideraciones sobre dinámicas de grupos*, Mausoleo, 1988, pp.22

La razón por la que elegimos este modelo a diferencia del de Aristóteles⁹, Shannon y Weaver¹⁰, Daniel Prieto Castillo¹¹ y del de Frank Dance¹² fue porque el esquema de David K. Berlo es el único que establece la retroalimentación como medio de respuesta y por la que, según este autor, finalmente sólo llegando a ella se lleva a cabo el proceso de Comunicación.

Es importante señalar que sólo en este modelo, el emisor se convierte en decodificador y el receptor se convierte en la fuente, y, ya que el tema central de nuestra investigación es precisamente estudiar si la fuente emite su mensaje de manera correcta y si el receptor la decodifica de igual forma para que finalmente se emita el feed-back, fue por estas razones que lo propuesto por David K. Berlo era en definitiva el modelo que debíamos analizar para efectos de nuestro estudio.

De igual forma, es elemental resaltar como punto medular de la investigación al mensaje como medio para evangelizar, al cual lo ha definido Fco. Gomezjara en su estudio de la *Sociología* como "lo que se transmite o se propone".

Para que el mensaje se transmita obviamente hay que codificarlo y decodificarlo, el manejo que el emisor (sacerdote) le da al mensaje es importante para que éste trascienda, así que podríamos hablar de una comunicación informativa y además persuasiva.

"La comunicación persuasiva es la que lleva a cabo un individuo con la intención consciente de cambiar la conducta de otro individuo o grupo mediante la transmisión de un mensaje"¹³.

⁹ Aristóteles hacia el año 300 a.c en su obra "La *Retórica*" representa el modelo de la comunicación con 3 elementos: la persona que habla (Quien), el discurso que pronuncia (Que) y la persona que escucha (Quien). DE LA TORRE, zermeño & de la torre Hernández. "Taller de Análisis de la Comunicación I". Mc Graw Hill.

¹⁰ Modelo lineal de comunicación, desarrollado para explicar como la información pasa por la comunicación electrónica (1949). West, Richard & Turner h. Lynn. "Teoría de la Comunicación". Mc Graw Hill.

¹¹ Daniel Prieto Castillo, incorpora nuevos elementos al modelo de Comunicación electrónica de Shannon y Weaver, tales como el referente y marco de referencia. DE LA TORRE, zermeño & de la torre Hernández. "Taller de Análisis de la Comunicación I". Mc Graw Hill.

¹² Frank Dance (1967) represento el modelo de comunicación utilizando una espiral o hélice, en el cual establece que las experiencias comunicativas son acumulables y que están influidas por el pasado. West, Richard & Turner h. Lynn. "Teoría de la Comunicación". Mc Graw Hill.

¹³FERNANDEZ, Collado Carlos. "Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo", Mc Graw Hill, 1988.

Con esto, no decimos que el emisor (sacerdote) tenga la mala intención de manipular, sino que el propósito más importante de transmitir el evangelio es que se convierta en acción viva por parte del receptor (católicos).

El Papa Juan Pablo II ha sido reconocido como uno de los líderes con mayor influencia interpersonal a nivel mundial, y considerado modelo comunicador de la palabra de Dios, por lo que el Sacerdote de esta parroquia debería seguir su ejemplo, y ser más empático, abierto y liderar a su feligresía.

"Líder es la persona que es el centro de atención del grupo, o bien la que ocupa la posición de liderazgo, este a su vez es la influencia interpersonal ejercida durante una situación y dirigida por medio del proceso de comunicación hacia el logro de una o varias metas específicas"¹⁴

No debemos olvidar que también es indispensable que el auditorio (decodificador y/o receptor) sea accesible y esté atento al mensaje para que el emisor (presbítero) y líder establezca una retroalimentación eficiente.

Como ya lo mencionamos, el Papa Juan Pablo II (q.e.p.d) es reconocido como uno de los líderes de mayor influencia interpersonal a nivel mundial como mensajero de Dios. Aquí radica la fuerza del mensaje que penetra en el emisor (sacerdote) cuando transmite el mensaje al destinatario final (feligrés) quien lo recibe y lo hace palabra viva en la acción, ésta es la cuestión.

"La palabra que comunica, que es el signo sensible de Dios vivo por el anuncio del Evangelio y su fe, es la que hará permanecer a sus miembros como un solo cuerpo en la estructura universal de la Iglesia"¹⁵

La importancia de adecuar el mensaje a nuestro tiempo, será consecuencia de la adaptación de nuevas formas de transmitir el mensaje; importa tanto el ¿cómo?, Cómo el ¿qué?

¹⁴Idem.

¹⁵ LEDESMA, Balvanera Mónica, *El Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Morelia*, Tesis UVAQ, 1999

En esta parroquia en particular pudimos observar serias carencias de elementos comunicativos por parte del emisor, que sitúa a los receptores en feligreses presenciales de la Homilía y no participativos de ella, siendo esto último la punta de lanza para que seamos mejores cristianos y conduzcamos nuestra vida diaria con bien a imagen y semejanza de Dios.

Nuestra experiencia en el análisis de este proceso comunicativo fue de gran enriquecimiento en técnicas comunicacionales, tan simples o complejas como el saber transmitir un mensaje (hasta para la vida cotidiana) eficazmente y que este influya en el receptor, ya que debemos entender que la comunicación no solamente es un proceso inevitable, continuo e irreversible de transmisión de mensajes mediante signos comunes de un emisor a un receptor con el fin de afectar la conducta de este último¹⁶, también significa, no lo que digo o quiero decir, sino lo que el otro entiende¹⁷

El problema de investigación surge en gran parte, porque se ha determinado que la religiosidad se desglosa en tres áreas:

- a) Dimensión Cultural: Práctica ritualista (misa, rosario, ayuno, diezmo, rezos, etc.).
- b) Dimensión Ideológica: Creencias, pensamientos sobre la religión y sus mandatos postulados, etc.
- c) Dimensión de la Práctica Social: Comportamiento en la vida cotidiana.

Esta última dimensión es la que nos interesa, es por esto que surge nuestra pregunta central para la investigación de este estudio, que es:

¿Qué características tiene el proceso de la comunicación al momento de la Homilía en la parroquia La Ascensión del Señor?

De este cuestionamiento en particular surgen las siguientes interrogantes generales:

¹⁶ Citado por la Mtra. Luz Zareth Moreno Basurto en Seminario de Habilidades Gerenciales; módulo en Comunicación y Negociación, ITESM, Abril 2009

¹⁷ ECHEVERRÍA, R. *Ontología del lenguaje*, Dolmen, 1994, pp. 25

*¿Cuál es la preparación que recibieron los sacerdotes de la Parroquia en materia de comunicación intergrupal en el Seminario Diocesano, para la buena conducción de sus Homilías?

*El Sacerdote, ¿Utiliza de manera correcta las herramientas comunicativas para difundir el mensaje de Dios?

*¿Qué limitantes existen por parte de los receptores (parroquianos) para poner atención y escuchar el mensaje? y/o, ¿Qué aspectos influyen en la falta de interés de los receptores (católicos) para escuchar la Homilía?

*¿Es importante para los católicos escuchar la Homilía o la utilizan como receso (ya que están sentados) para realizar sus oraciones o peticiones?

*¿Qué razón motiva o desmotiva a los receptores (feligreses), para llevar a cabo las acciones que en el mensaje (Homilía) previamente le fueron expuestas?

METODOLOGIA

Esta investigación tuvo un enfoque mixto, es decir, integró los enfoques cuantitativo y cualitativo ya que se basó en los esquemas deductivo y lógico¹⁸ (propio del primero) e inductivo¹⁹ (propio del segundo).

El enfoque cualitativo parte desde un acontecimiento real acerca del cual se quiere construir conceptos. Se está ante algo que se quiere saber qué es. El punto de partida son las observaciones que se hacen acerca del acontecimiento inmerso en la realidad. La meta es reunir y ordenar todas esas observaciones en algo comprensible²⁰.

El enfoque cuantitativo por su parte usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, es decir, pretende intencionalmente "acotar" la información²¹

En términos generales, decidimos emplear ambos enfoques (cuantitativo y cualitativo), porque utilizan fases similares y relacionadas entre sí (Grinnell, 1997), que complementan nuestro estudio:

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.

¹⁸ Busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas, confía en la medición estandarizada y numérica, utiliza el análisis estadístico, es reduccionista y pretende generalizar los resultados de sus estudios mediante muestras representativas. Además de que parte de la concepción de que existen dos realidades: la del entorno del investigador y la constituida por las creencias de éste, por ende fija como objetivo lograr que las creencias del investigador se acerquen a la realidad del ambiente. HERNANDEZ, S., FCC Y BLP, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, 3ª edición, 2003, pp. 23

¹⁹ Es expansivo y por lo común no busca generar preguntas de investigación de antemano ni probar hipótesis preconcebidas, sino que éstas surgen durante el desarrollo de estudio. Es individual, no mide numéricamente los fenómenos estudiados ni tampoco tiene como finalidad generalizar los resultados de su investigación; no lleva a cabo análisis estadístico; su método de análisis es interpretativo, contextual y etnográfico. Así mismo se preocupa por capturar experiencias en el lenguaje de los propios individuos y estudia ambientes naturales. Idem.

²⁰ ROJAS, S. Raúl, *Investigación Social: teoría y praxis*, plaza y valores, México, 1995, pp. 119

²¹ HERNANDEZ, S., FCC Y BLP, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, 3ª edición, 2003, pp. 9

- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones e ideas; o incluso para generar otras.

Como método general de investigación manejamos el análisis-síntesis, ya que "la síntesis permite por un lado desmembrar o desarticular, con base en una idea o hipótesis rectora, un todo material (en este caso, por ejemplo la Homilía) o un todo ideal (por ejemplo la teoría de la comunicación interpersonal) con el propósito de estudiar en forma intensiva sus partes o una de ellas en especial. El análisis destruye la unidad de los componentes del todo a fin de comprender mejor las características y la dinámica de los aspectos y relaciones de alguna de sus partes.

La síntesis permite por otro lado reconstruir el todo material o ideal de acuerdo a una idea o hipótesis rectora, es decir, después de desmembrar el todo se requiere recomponerlo a fin de alcanzar una mayor comprensión de la dinámica de la totalidad y de sus vínculos y formas de manifestarse. Las partes se organizan de acuerdo a una visión de totalidad, ya que abarcando el todo se comprenden mejor sus componentes. Se parte del supuesto de que todo en algo más que la suma de sus componentes. La síntesis supera el análisis, pero sin éste no puede haber síntesis"²².

Es decir, "el análisis separa las partes de un todo para estudiarlas por separado y en sus relaciones y la síntesis une racionalmente varios elementos dispersos en una nueva totalidad"²³.

Como método particular de estudio para efectos de esta investigación realizamos el estudio de caso, ya que éste es tanto de corte cuantitativo (como medir si la Homilía influye en el comportamiento de la vida diaria de los feligreses), como de corte cualitativo (la manera en la que la Homilía es emitida, (herramientas y/o limitaciones)) o incluso mixto (el cual agrupa la pregunta y el escenario ya mencionado).

²² ROJAS, S. Raúl, *Investigación Social; teoría y praxis*, plaza y valores, México, 1995, pp. 123, 177

²³ ROSAS, U. Myrna Estela, *Guía práctica de investigación; apoyo didáctico para profesores y estudiantes*, Trillas 2ª ed., México, 2007, pp. 98,99

Para Hernández Sampieri²⁴, el estudio de caso no es una elección de método, sino el "objeto" o la "muestra" que se va a estudiar.

En su estudio, *Metodología de la Investigación*, establece que el caso es la unidad básica de la investigación y puede tratarse de una persona, una familia, un objeto, un sistema, una organización, una institución (como en este caso la Iglesia), una comunidad, un municipio, un departamento, un estado, una nación, etc.

Sampieri, apoya la idea de que un estudio de caso debe tratarse con un enfoque mixto (como se realizó en esta investigación) para lograr mayor riqueza de información y conocimiento sobre él. "El caso requiere tratarse con profundidad, buscando el completo entendimiento de su naturaleza, sus circunstancias, su contexto y sus características"²⁵.

Empleamos el estudio de caso, porque es útil para asesorar y desarrollar procesos de intervención en personas, familias, organizaciones, instituciones (la iglesia), países, etc. Y desarrollan recomendaciones o cursos de acción a seguir (como la propuesta que ofrecemos al final de esta investigación), y por último, porque requieren de descripciones detalladas del caso en sí mismo y su contexto.

Las técnicas de investigación en las que nos apoyamos fueron la observación, la entrevista, la encuesta y la documental, todas ellas parte del enfoque mixto de investigación que empleamos.

²⁴HERNANDEZ, S., FCC Y BLP, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, 3ª edición, 2003, pp. 331

²⁵ idem.

Como la principal técnica de investigación que utilizamos en este estudio fue la observación sistemática²⁶, de ésta partimos para establecer nuestro tema y objeto de análisis, ya que acudimos al campo de estudio, es decir, a la Parroquia de la Ascensión del Señor, ahí observamos atentamente el fenómeno de la comunicación al momento de la Homilía y realizamos una serie de registros para su análisis posterior.

La observación, como método científico, nos permite obtener conocimiento acerca del comportamiento del objeto de investigación tal y como este se da en la realidad, es una manera de acceder a la información directa e inmediata sobre el proceso, fenómeno u objeto que está siendo investigado²⁷.

Los objetivos que persigue la observación son:

1. Explorar. Precisar aspectos previos a la observación estructurada y sistemática.
2. Reunir información para interpretar hallazgos
3. Describir hechos.

La observación la llevamos a cabo durante 15 Homilías dominicales continuas²⁸, durante las cuales realizamos registros sobre las Homilías, el tema y la manera de emitirlas por parte del Sacerdote, así como el comportamiento de los feligreses participantes de las encuestas²⁹.

²⁶ Observación estructurada que se realiza de acuerdo a un plan de observación preciso, en el que se han establecido variables y su relación, objetivos y procedimientos de observación. Se apoya de elementos técnicos apropiados, tales como: fichas, registros, anecdóticos, grabaciones.

²⁷ <http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>. Sitio especializado en métodos y técnicas de la investigación

²⁸ Comenzamos el primer domingo de Agosto (3/08/08) y terminamos el 2º domingo de noviembre (9/12/08)

²⁹ En la primera etapa, antes de entrar a misa aplicamos la 1º parte de la encuesta sobre la misa y sus distractores; en la 2º etapa nuestros encuestados fueron observados durante las Homilías, para luego pasar a la 3º etapa (final) en la que se les aplicó la 2º parte de la encuesta sobre empatía y Homilía.

La observación, como en este caso la realizamos, puede utilizarse en compañía de otros procedimientos o técnicas (la entrevista, el cuestionario, etc.) lo cual permite una comparación de los resultados obtenidos por diferentes vías y permiten alcanzar una mayor precisión en la información recogida.

Una vez que contamos con un registro de la observación sistemática de las Homilías, se aplicaron encuestas y entrevistas que involucraron tanto al emisor (sacerdote) como al receptor (feligrés), mismas que nos ayudaron a conocer las aptitudes, opiniones y actitudes que el emisor y receptor tenían en cuanto al fenómeno de la comunicación al momento de la Homilía y así, poder comprobar la hipótesis planteada en esta investigación.

Empleamos la encuesta, ya que es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. Ésta, cuenta con una estructura lógica, rígida que, permanece inalterada a lo largo de todo proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos³⁰.

Aunque la encuesta es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera más económica que mediante entrevistas, ésta asume riesgos al momento de su aplicación, como:

1. La falta de sinceridad en las respuestas (deseo de causar una buena impresión o de disfrazar la realidad)
2. La tendencia a decir (en algunos casos "sí" a todo.
3. La sospecha de que la información puede revertirse en contra del encuestado, de alguna manera.

³⁰<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>. Sitio especializado en métodos y técnicas de la investigación.

4. La falta de comprensión de las preguntas o de algunas palabras.
5. La influencia de la simpatía o la antipatía tanto con respecto al investigado como con respecto al asunto que se investiga³¹.

Los objetivos que perseguimos con la aplicación de las encuestas fueron:

- Uniformar la observación
- Fijar la atención en los aspectos esenciales del objeto de estudio
- Precisar datos requeridos

El tipo de preguntas que propusimos en nuestras encuestas fueron en su mayoría aquellas clasificadas como preguntas cerradas, ya que solo hubo una pregunta que si permitió al encuestado la plena libertad para responder. Todas estas dirigidas con el propósito de saber ¿Qué es lo que los receptores (creyentes) entienden y que no del mensaje de la Homilía?, así como las actitudes que éstos toman ante estas circunstancias.

Las encuestas se realizaron con un muestreo probabilístico, en el cual se utilizaron las leyes del azar y fue de tipo aleatorio simple, en el cual, cada elemento de la población tuvo la misma probabilidad de ser elegido, de manera que la población fue idéntica en todas las extracciones, es decir, que la selección de un individuo no debió afectar a la probabilidad de que hubiera sido seleccionado otro.

La única característica que se tomo en cuenta para llevar a cabo este tipo de muestreo fue que la población encuestada fuera católica y mayor de edad.

³¹<http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>. Sitio especializado en métodos y técnicas de la investigación sociológica

Dentro de la metodología aplicada, también se utilizó el muestreo por conglomerado, ya que las encuestas se aplicaron en dos tiempos; la primera al comienzo de la misa y la otra al final de la misma, captando así sólo a la población que nos interesó. Fueron 200 encuestas en total, mismas que se efectuaron a la entrada y salida de Misa.

Como ya lo habíamos mencionado, también utilizamos la entrevista, ya que es una técnica que utilizan ambos enfoques (cuantitativo y cualitativo) para obtener información amplia del objeto de estudio. Su funcionalidad es bastante extensa, ya que su empleo resulta factible cuando el universo a analizar es pequeño y manejable.

Los objetivos de la entrevista son:

1. Obtener información sobre el objeto de estudio
2. Describir con objetividad situaciones o fenómenos
3. Interpretar hallazgos
4. Plantear soluciones³²

En nuestro estudio, las entrevistas persiguieron el objetivo de adquirir información de las variables³³ de estudio, es por esto que nosotros debíamos tener clara la hipótesis de trabajo, las variables y relaciones que se buscaban demostrar; de forma tal que se elaboró un cuestionario adecuado con preguntas que tuvieron un fin determinado y que fueron imprescindibles para esclarecer la tarea de investigación, así como las preguntas de apoyo que ayudaron a desenvolver las entrevistas.

³² <http://www.aibarra.org/investig/tema0.htm>. Sitio especializado en métodos y técnicas de la investigación.

³³ Preparación de la Homilía, habilidades comunicativas del sacerdote, empatía, atención por parte de los feligreses.

En este caso empleamos 4 entrevistas que nos proporcionaron de material cognoscitivo especializado en el tema de las Homilías y la importancia en su preparación para la trascendencia de la vida de los feligreses. Estas entrevistas se realizaron tanto a los presbíteros involucrados en predicar la palabra de Dios en la iglesia de la Ascensión del Señor (Párroco y vicario), como a aquellos encargados de la enseñanza en el Seminario Diocesano, ya que de aquí se ordenaron ambos sacerdotes de la parroquia estudiada.

Por último, y para reforzar la investigación es importante mencionar que a la par de estas técnicas, también utilizamos la investigación documental, sistematización bibliográfica y electrónica.

Documentos como las encíclicas *EVANGELII NUNTIANDI* (Compromiso evangelizador), *ECCLESIAM SUAM* (El mandato de la Iglesia en el mundo contemporáneo) *INTERMIRIFICA* (Sobre los medios de comunicación social) y *QUAS PRIMAS* (Sobre las festividades religiosas como medio para avivar la fe) así como los mensajes emitidos por sus Santidades Juan Pablo II y Benedicto VI en las anuales Jornadas Mundiales de Comunicación nos ayudaron a entender aún mejor la terminología eclesial, y la misión de la Iglesia universal para la catequesis del mundo.

JUSTIFICACION

El propósito de esta investigación es determinar en qué medida se influencia a los feligreses por parte de los sacerdotes al momento de que estos interpretan al Evangelio y de la misma forma conocer qué tratamiento le dan a la codificación del mensaje para se efectúe esa influencia.

Este estudio es conveniente por que el acto de evangelizar es lo que Jesucristo dejó como herencia y todos los anunciadores de la palabra de Dios (obispos, presbíteros, diácono, etc.) deben saber llevar este mensaje, con el fin de que trascienda no de que se quede sólo se pronuncie al momento de la homilía.

El beneficio que se puede obtener de esta investigación es:

1° Dar a conocer la importancia de la codificación y decodificación adecuada del mensaje del Evangelio.

2° Conocer los diferentes aspectos por los que no se lleva un adecuado proceso de comunicación, por parte del sacerdote.

3° Puede llegar a ser una buena herramienta de apoyo para los sacerdotes encargados de la parroquia la Ascensión del Señor para que se autoanalicen y busquen mejorar de fondo y forma la manera en la que emiten la Homilía.

4° El estudio se puede replicar en otras parroquias en lo particular.

5° Realizar una investigación similar de las iglesias que conforman la Diócesis de Morelia, para obtener la visión general del problema.

OBJETIVOS

OBJETIVO PARTICULAR

Realizar un estudio de caso, con su propuesta, sobre el proceso de la comunicación al momento del la Homilía en la Parroquia la Ascensión del Señor.

OBJETIVOS GENERALES

- Analizar la manera en la que el Sacerdote emite el mensaje de Dios para establecer si existen barreras o limitantes en esta fase del proceso de la comunicación.
- Conocer si en la formación que recibió como sacerdote, le dieron a conocer aspectos de comunicación, y que tanta importancia le da a estos, ó si los aplica al momento de la Homilía.
- Determinar si los feligreses saben que es una Homilía, para saber si le procuran la atención debida y si conocen la importancia de su transcendencia en su vida diaria.
- Evaluar si los feligreses entendieron o no el mensaje de la Homilía.
- Descubrir si se da un cambio en la conducta o en la forma de pensar en el receptor (creyente) al concluir la Homilía (mensaje).
- Proponer un material de apoyo para que los sacerdotes (emisores) de esta Parroquia conozcan si su trabajo diario o dominical es aceptado o no por parte de su feligresía.

HIPOTESIS

Nuestra hipótesis responde a la pregunta de qué características tiene la comunicación al momento de la Homilía en el caso de la parroquia la Ascensión del Señor, es decir, si el Sacerdote emite de manera clara, sencilla, empática y motivacional la palabra de Dios, y por otro lados si los receptores entienden en su totalidad el mensaje de la Homilía.

1. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

El primer capítulo se remonta a la época de la prehistoria para echar un vistazo de cómo fue evolucionando el lenguaje, hasta convertirse en objeto de investigación, para dar paso al estudio del modelo de la comunicación profundizando en cada uno de sus elementos, hasta llegar a los distintos niveles en los que se puede dar la comunicación que para efectos de este estudio se necesita conocer.

1. 1 LOS LENGUAJES

Es obvio que nuestros antepasados prehistóricos debieron contar con algún medio de comunicación, quizá no verbal, sino mediante gestos y movimientos corporales, y que después debieron desarrollar la comunicación por medio del lenguaje hablado, pero ¿Cómo se desarrollo el lenguaje exactamente?, nadie lo sabe con seguridad, sin embargo, existen algunas teorías bastante pintorescas, pero ninguna parece adecuada por completo. Lo que es cierto es que el lenguaje fue un factor fundamental en el progreso de las primeras civilizaciones.

"El lenguaje ayudó a desarrollar el pensamiento conceptual y aportó un medio para utilizar ideas, transmitir cultura y hacer abstracciones"³⁴

El nacimiento del lenguaje impulsó el desarrollo en la historia de la raza humana.

Nuestros antepasados desarrollaron una cultura oral dependiente del lenguaje y la palabra hablada. Gran parte de su historia, sus creencias y costumbres culturales son transmitidas por los miembros encargados de memorizar grandes cantidades de información para después recitarla a siguientes generaciones, las cuales a su vez, la van a transmitir a su descendencia.

Es necesario señalar entonces, desde el inicio de este capítulo que *"El lenguaje es una característica omnipresente de la existencia humana"*³⁵

La intención de este capítulo es proporcionar un marco de referencia para la integración del papel de los procesos lingüísticos en la comprensión de la comunicación y el desarrollo de las habilidades comunicativas.

³⁴ DOMINICK, Joseph; citado por GOMEZJARA, Francisco. *Sociología*, Porrúa, 1967, pp. 70

³⁵ FERNÁNDEZ, Collado, Carlos. *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988, pp. 263.

Primero se comenzará por definir: ¿Qué es el lenguaje oral? *"Es el sistema organizado y generativo que se adquiere y se controla con un conjunto de reglas para la formulación de expresiones orales interpretables"*³⁶

Para estudiar un lenguaje específico es necesario distinguir los diversos factores que interactúan con la aptitud implícita para determinar el desempeño real; el término técnico aptitud *"se refiere a la habilidad del hablante-oyente ideal para asociar sonidos y significados de acuerdo con las reglas de su lenguaje"*³⁷. La gramática de un lenguaje establece determinadas relaciones entre el sonido y el significado, y entre las representaciones semánticas y las fonéticas, de esta manera, el conocimiento lingüístico del hablante-oyente ideal de un mensaje consiste primordialmente en el conocimiento gramatical que le permite asociar las representaciones semánticas implícitas con las representaciones fonológicas.

El lenguaje es más que un sistema de vocablos u oraciones. Lo que se denomina lenguaje es la obvia manifestación de toda una concepción del mundo y de actuar en él.

*"Es a todo este complejo de convenciones y de modos de expresión a lo que se hace referencia mediante los términos comunicados a nuestros sistemas de conocimiento cultural"*³⁸

El lenguaje como acción comunicativa implica mensajes y estos deberán ser siempre significativos en un sistema de significados compartidos, es decir, el lenguaje no puede apartarse de su contexto.

³⁶ PRIETO, Francisco. *Cultura y Comunicación*. La Red de Jonás, 1984, pp. 5

³⁷ RANGEL, Hinojosa, Mónica. *Comunicación Oral*, Trillas, 1977, pp. 85.

³⁸ Burelson y Caplan, 1988, citado por FERNÁNDEZ, Soza, Luís. *Comunicación*, South Western Publishing Co., 1998, pp.30

"Cuando se analiza la comunicación como un proceso en el cual las ideas codificadas se transmiten de un emisor a un receptor, la única aptitud necesaria para la interacción es la de comprender el código. Las expresiones verbales están estructuradas únicamente en términos del código, es por esto que debemos considerar que los significados se transmiten a través del mensaje codificado, y que no se crean en un proceso simultáneo de interpretación"³⁹. De acuerdo con este enfoque la comunicación lograra su cometido en el grado en que coincidan los códigos de las personas que interactúan, pero cuando se violan las reglas del código o cuando quienes interactúan emplean códigos distintos, la comunicación es imposible y no hay comprensión.

La comunicación (cuyo significado se profundizará más adelante), consiste en la transmisión de mensajes, y la aptitud consiste en el conocimiento de un código, es por esto, que "El lenguaje y la comunicación deben considerarse dentro del marco general de los propósitos funcionales para los que se emplea el lenguaje (la praxis)"⁴⁰

Planteemos ahora los aspectos que conforman el lenguaje que se establece en la comunicación respecto a la Homilía, comenzando con la siguiente reflexión:

"El lenguaje es la casa del ser, en su morada habita el hombre"⁴¹

Para Habermas, "el modelo teológico de acción concibe el lenguaje como un medio más a través del cual los hablantes, que se orientan hacia su propio éxito, pueden influir los unos sobre los otros con el fin de mover al oponente a formarse las opiniones o a concebir que le conviene para sus propósitos. Por lo tanto, el primer requisito para que se dé un mensaje eficaz es que se relacione con algunas de nuestras necesidades de personalidad: necesidad de seguridad, estabilidad socioeconómica, pertenencia, comprensión, amor, libertad de pensamiento y varias más"⁴².

³⁹ FERNÁNDEZ, Collado, Carlos. *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988, pp. 263

⁴⁰ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, el Ateneo, 1960, pp. 22

⁴¹ Heidegger

⁴² RUDOLF, Bultman. *Teología del Nuevo Testamento*, sígueme Salamanca 1970 pp. 35

El P. Víctor Aguilar Ledesma, profesor de Catequesis del Seminario Diocesano de Morelia en entrevista precisó que el "Sacerdote de hoy debe revisar el totalitarismo rígido de su acción, el trasfondo de su quehacer, su interés por el mundo de la vida, por la técnica. La Iglesia, especialmente los presbíteros necesitamos ayuda para que nuestro mensaje se vea renovado en su ardor, métodos y expresión.

Al respecto, el P. Antonio Paniagua Correa, prefecto de estudios del Seminario Diocesano de Morelia, comentó que "es cierto que nos falta mucha técnica para hablar, una construcción correcta y lógica del discurso, de ahí, que diversos documentos señalen la necesidad de un método que nos permita ejercitarnos en técnicas de comunicación que permita persuadir, convencer, entusiasmar, enseñar y guiar a nuestros oyentes.

"El lenguaje en suma, no determina ni influye en otros procesos cognoscitivos, pero constituye un medio de vital importancia para representar y comunicar el conocimiento; además de que tiene un profundo efecto en los modos que se concibe y se observa la realidad"⁴³.

⁴³ ZAED, Mc Entee, Helen. *Comunicación Oral*, Mc Graw Hill, 2003, pp. 50

1.2 MODELO DEL PROCESO DE COMUNICACION

Este tema iniciará con la definición del concepto de "proceso", que significa: "*cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo*"⁴⁴, o también como "*cualquier operación o tratamiento continuos*"⁴⁵.

También se debe conocer la definición en toda su extensión del término "comunicación". Este se deriva del Latín *communicare* que significa compartir. En efecto comunicación es un proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra.

Para los seres humanos esto es fundamental en cuanto a la sociedad se funda en la capacidad que tiene el hombre para transmitir sus intenciones, sentimientos, sabiduría, experiencia, de persona a persona; es vital, en tanto la posibilidad de comunicación con los otros, aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo como su ausencia es vista, generalmente, como una forma seria de trastorno patológico de la personalidad.

La teoría de la comunicación refleja un concepto de proceso, en el cual sus componentes interaccionan, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás.

Si se tiene el concepto de proceso bien definido en la mente, se puede sacar provecho de un análisis de los componentes de la comunicación, elementos que parecen necesarios para que se produzca ésta. Se debe prestar atención a elementos tales como: "*¿Quién, por qué y con quién se está comunicando?, en resumen, se enlistan los elementos del proceso de comunicación que se toman en cuenta cuando:*

- a) Se inicia la comunicación, b) Respondemos a ésta, o c) Servimos como observadores o analistas de ella*"⁴⁶

⁴⁴ Diccionario de la Real Academia Española on-line www.res.es

⁴⁵ Diccionario Larousse on line www.larousse.es

⁴⁶ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, el Ateneo, 1960, pp. 23

El interés por la comunicación ha producido muchos intentos tendientes a desarrollar modelos del proceso. Por supuesto que estos modelos difieren, pero, ninguno de ellos puede calificarse de exacto o verdadero. Algunos serán de mayor utilidad o corresponderán más que otros al estado actual de los conocimientos acerca de la comunicación.

En este apartado se mencionarán algunos de los modelos del proceso de la comunicación que a través de los años de su estudio han surgido para la comprensión del acto humano de comunicar y los cuales serán los más convenientes para esta investigación.

Uno de los modelos de la comunicación más antiguos es el que estableció Aristóteles en su retórica, en la cual menciona que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio. Quiso decir con ello que cada uno de estos elementos es necesario para la comunicación y que podemos organizar nuestro estudio del proceso de acuerdo con tres variables: "1) *la persona que habla*, 2) *el discurso que pronuncia* y 3) *la persona que escucha*"⁴⁷

Según Antonio Méndez⁴⁸, comunicación es el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación funcional consigo mismo y con el medio que lo rodea. Refleja su propia integración de estructuras y funciones, de acuerdo con las influencias que recibe el exterior, en un permanente intercambio de informaciones y conducta.

Wilbur Schramm⁴⁹ la definió como: el acto de compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos. Esta definición fue preparando el camino hacia un concepto diferente de la comunicación bajo otras funciones, más complejas y externas⁵⁰.

⁴⁷ ZAED, Mc Entee, Helen. *Comunicación Oral*, Mc Graw Hill, 2003, pp. 55

⁴⁸ BALLESTEROS, López Tito. *Estrategias de Comunicación para mejorar el impacto de la Homilía*, <http://es.catholic.net/biblioteca/libro.phtml?consecutivo=&capitulo=2321>

⁴⁹ West, Richard & Turner h. Lynn. "Teoría de la Comunicación". Mc Graw Hill, pp. 19

⁵⁰ Como la Comunicación de masas o masiva a la que Oliver Burguelin define como el modo particular de la comunicación moderna, que permite al emisor dirigirse simultáneamente a un gran número de destinatarios. Cit pos. BALLESTEROS, López Tito. *Estrategias de Comunicación para mejorar el impacto de la Homilía*,

En 1948, el investigador Lasswell⁵¹ desarrolló lo que se conoció como el primer modelo de comunicación, que puede enunciarse bajo dos formas: quién dice, qué; en qué canal; a quién; con qué efecto, es decir:



Hasta aquí nos encontramos con 3 componentes básicos de la comunicación: el acto de emitir un mensaje, el mensaje mismo y a quién va dirigido el mensaje.

El mismo Berlo⁵², contempla otros 3 factores importantes que se destacan en el mensaje:

- El código; modo como se estructuran en él los símbolos
- El contenido; que se relaciona con el material para expresar un propósito
- El tratamiento; modo como se presenta el mensaje

Es por esto que la teoría en la que nos apoyamos para esta tesis es la establecida por David K. Berlo en su estudio de la *Comunicación Humana*, en el cual reconoce el proceso de la comunicación de la siguiente manera:

1. **La fuente** de la comunicación, que es cualquier persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.
2. **El encodificador**, que es el encargado de tomar ideas de la fuente y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma del mensaje
3. **El mensaje**, éste es considerado como una conducta física que puede ser la traducción de ideas, propósitos e intenciones en un código en un conjunto sistemático de símbolos.
4. **El canal**, que es un medio, un portador de mensajes, o sea, un conducto.

⁵¹ D.LASSWELL, Harold. "Sociología de la Comunicación de Masas", M. de Moragas, 1981, pp. 49

⁵² FERNÁNDEZ, Collado, Carlos. *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988, pp. 260

5. **El decodificador**, es aquel que tiene la función de retraducir, decodificar el mensaje (en este momento se da la retroalimentación o **feed-back**) y darle la forma que sea utilizable por el receptor.
6. **El receptor** de la comunicación es la persona o personas situadas en el otro extremo del canal, son el blanco de la comunicación.

En este modelo David K Berlo afirma que las fuentes y los receptores deben ser sistemas similares, ya que si no lo son, la comunicación es imposible.

La comunicación encuentra su origen en el origen mismo del ser humano como persona. Por ser algo que manejamos de manera cotidiana, familiar, la comunicación compleja por su origen, nos parece como simple, que pudiera reducirse a una sencilla transmisión de información con un fin específico; sin embargo, es un proceso o conjunto de procesos sumamente frágil y delicado, características derivadas de su complejidad.

Por otro lado también se afirma que comunicación *"Es un conjunto de procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se ponen en relación una o varias personas (emisor) con una o varias personas (receptor) a fin de alcanzar fines específicos"*⁵³.

O que "Comunicación es el acto o serie procesal de actos realizados por una persona, cuya finalidad o resultado es hacer brotar en otra persona, mediante el manejo de signos, una idea o conjunto de ideas"⁵⁴.

De esta manera podemos entender, que el objetivo fundamental de la Comunicación es un intento de apertura de un A, a un B y viceversa. Es decir, el hacer posible que el A tenga una idea similar a la que B tiene, es decir que empaticen mutuamente⁵⁵.

⁵³ VELAZQUES, Carillo, Yolanda. *Aproximación a la Comunicación Interpersonal; Interacción de Pequeños grupos*, Universidad Iberoamericana, 1980, pp. 11

⁵⁴ PRIETO, Francisco. *Cultura y Comunicación*. La Red de Jonás, 1984, pp. 38

⁵⁵ En este ejemplo se debe entender que A es una persona y B es otra persona, las cuales interactúan y llevan a cabo el proceso de comunicación.

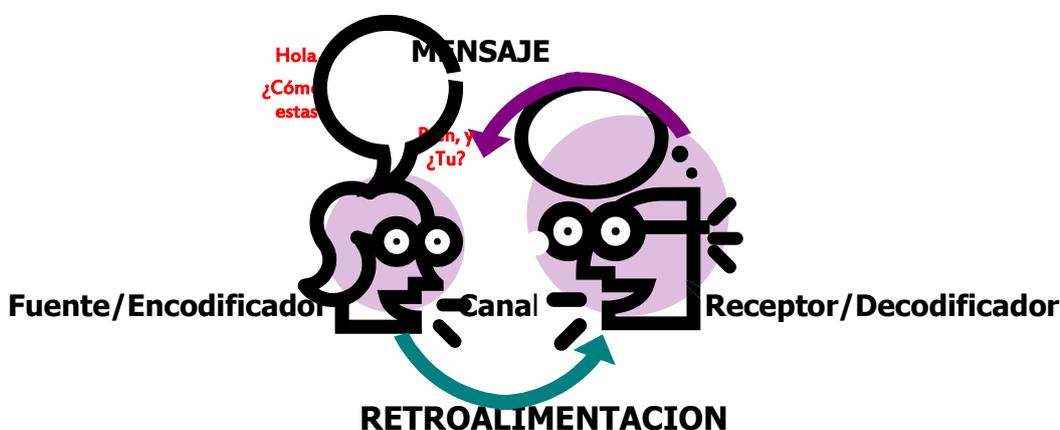
1.3 EL ACTO DE COMUNICAR

Una manera conveniente de describir un acto de comunicación es la que surge de la contestación a las siguientes preguntas: "¿Quién dice que, en que canal y con qué efecto? El quién, que es el comunicador, contempla los factores que inician y guían el acto de la comunicación. Los especialistas que enfocan el dice que, hacen análisis de contenido"⁵⁶

En el acto de la comunicación, existen los llamados circuitos de comunicación, que son predominantemente de un sentido o de dos sentidos, según el grado de reciprocidad entre el comunicador y la audiencia.

O bien, para expresarlo de otra manera, hay comunicación en dos sentidos cuando las funciones de enviar y recibir son efectuadas con la misma frecuencia por dos o más personas.

PROCESO COMUNICATIVO según David K. Berlo



Para poder analizar el acto de la comunicación, debemos mencionar el aspecto de la comunicación eficiente, esto implica la existencia de ciertos criterios de **eficiencia** o **ineficiencia** en la comunicación.

⁵⁶ D.LASSWELL, Harold. *Sociología de la Comunicación de Masas*, M. de Moragas, 1981, pp. 51.

En la sociedad humana, la eficacia del proceso depende de las posibilidades que el juicio racional ofrece. Un juicio racional implica objetivos de valor. En las sociedades animales, la comunicación es eficiente cuando se ayuda a sobrevivir o en cualquier otra necesidad específica del grupo y cabe aplicar el mismo criterio a un organismo individual.

Hay, desde luego, obstáculos deliberados en el camino de la comunicación, como son la **censura**⁵⁷, **autocensura**⁵⁸ y **el ruido**⁵⁹. Hasta cierto punto, los obstáculos pueden ser sobrepasados mediante una hábil evasión, pero es indudable que a la larga será más eficiente librarse de ellos por medio del consentimiento o de la coacción⁶⁰.

La ignorancia es un factor persistente cuyas consecuencias nunca han sido adecuadamente investigadas.

"Ignorancia significa ausencia, en un punto determinado del proceso de la comunicación, del conocimiento disponible en otro punto cualquiera de la sociedad. El personal destinado a reunir y diseminar la información carente de una formación apropiada, tergiversa o descuida continuamente ciertos hechos, si definimos los hechos como lo que el observador objetivo y adiestrado podría hallar" ⁶¹.

La falta de cualificación puede, también contribuir a la ineficacia de la comunicación, así como también, a pesar de las investigaciones que se han hecho sobre el lenguaje, son muchos los comunicadores que utilizan equivocadamente las palabras⁶².

Aparte de los factores de habilidad o capacidad, el nivel de eficiencia se ve a veces afectado por la estructura de la personalidad.

⁵⁷ Consiste en cualquier intento de prohibir la información, los puntos de vista o formas de expresión.

es.wikipedia.org/wiki

⁵⁸ Limitación o censura que se impone uno mismo. *Diccionario de La Real Academia Española*

⁵⁹ En el medio ambiente y en el ámbito de la comunicación sonora se define como ruido a todo sonido no deseado. *Pequeño Larousse Ilustrado*

⁶⁰ Es decir, como entes pensantes y libres de manifestación podemos esquivar cualquier impedimento para consumir el proceso comunicativo.

⁶¹ D. LASWELL, Harold. *Sociología de la Comunicación de Masas*, M. de Moragas, 1981, pp. 62

⁶² Con pena hemos escuchado reconocidos comunicadores emplear la palabra gentes para referirse de manera plural a un conjunto de personas, cuando la manera correcta de decirlo es gente sin la s al final, ya que su significado está intrínsecamente ligado al modo plural

Y por último en lo tocante a los obstáculos en el acto comunicativo, es que *"algunas de las más serias amenazas contra una comunicación eficiente para la comunidad considerada como un todo se relacionan con los valores del poder, la riqueza y el respeto"* ⁶³

En el acto comunicativo encontramos ciertas características fundamentales de la comunicación:

1. Es inevitable, ya que, aun sin hablar, emitimos mensajes a través de posturas, gestos, olor, vestido; etc. Por otra parte, si estamos solos, sin otra persona que capte este tipo de mensajes, nos encontramos con que al pensar estamos emitiendo mensajes a nosotros mismos (com. Intrapersonal).
2. Es irreversible. Podemos negar, cambiar, refutar el mensaje original; sin embargo, ya está enviado y recibido y ya causó un cierto impacto en el receptor. Es más, la negación es una nueva información que causa un nuevo efecto sin eliminar al anterior.

Pero, es importante señalar que no sólo se establece la comunicación mediante las palabras.

En realidad las palabras apenas representan el 7% de la capacidad de influencia de las personas.

Según investigaciones realizadas en el ámbito de la neurolingüística, el tono de voz y el lenguaje corporal, es decir la postura de los interlocutores, representan el 38 y el 55 por ciento respectivamente del poder de la comunicación⁶⁴

Habiendo analizado el acto de la comunicación, podemos concluir que la comunicación cumple por lo menos con una de las tres funciones siguientes:

⁶³ D. LASWELL, Harold. *Sociología de la Comunicación de Masas*, Moragas, 1981, pp. 62

⁶⁴ RIVEIRO, Lair, *La Comunicación Eficaz*, Urano, 2005, pp15

a) Influir a quien la recibe, modificando o reforzando una conducta; esto puede caer en la manipulación, que no es tema de estudio del presente. Ejemplo de influencia son un orden o un consejo.

b) Informar para proporcionar y en su caso obtener un mejor nivel cognoscitivo.

c) Expresarse, manifestar estados de ánimo, experiencias, sentimientos con un propósito catártico y para reducir la tensión.

Al reconocer la importancia del emisor en el acto comunicacional, "La Iglesia Católica vista por sus fieles" realizada por la Conferencia Episcopal Colombiana, realizada en 1998, señaló la necesidad de un método desde la comunicación para manejar una predicación más ágil y más cercana a los fieles. Documento que nos ha servido como apoyo para el conocimiento y cuestionamiento sobre el tema.

El estudio de la C.E.C⁶⁵ dedica un análisis muy especial a la "Homilía como discurso vacío que retrata la necesidad sentida de los fieles por la construcción de un mensaje más actual y vivo que represente la realidad y el sentir de quienes día a día viven la experiencia de Jesús en la Eucaristía.

"Es así como al inicio de cada nuevo año, múltiples y variados documentos, recuerdan al Orden Episcopal y al presbiterio, que no hay que hacer estudios para descubrir que las Homilías expresan con mucha frecuencia una preparación imperdonable, pobreza de contenidos, improvisación de forma extrema y falta de comunicación con los oyentes que tienen que soportar aburridos, una palabrería pesada y un discurso a veces incoherente.

Otras veces las Homilías son demasiado elevadas, pretendiendo ser muy teológicas volviéndose demasiado alejados de la vida de la gente. Otras aparecen como alineadas o demasiado politizadas manipulando la palabra de Dios"⁶⁶.

⁶⁵ Conferencia Episcopal Colombiana

⁶⁶ BALLESTEROS, López Tito. *Estrategias de Comunicación para mejorar el impacto de la Homilía*, <http://es.catholic.net/biblioteca/libro.phtml?consecutivo=&capitulo=2321>

Desde a mediados de siglo XX se identificó el problema que apremia a la Iglesia católica, en cuanto a la poca destreza comunicativa del presbiterio, fue por esto que se comenzaron a emitir encíclicas y mensajes pontificios con mensajes de exhortación para los responsables de la evangelización en el mundo, haciendo hincapié en "la búsqueda de nuevos métodos para llevar al hombre moderno el mensaje cristiano de una manera comprensible y persuasiva"⁶⁷

La manera de hablar, de transmitir la palabra ha tomado un lugar muy especial en el corazón de los cristianos, por esto, abordamos el tema de la Homilía desde la mirada del presbiterio y sus fieles por lo que aplicando el estudio apegado a la metodología establecida en esta investigación identificamos los siguientes problemas:

FUENTE/ENCODIFICADOR	MENSAJE	CANAL	DECODIFICADOR/RECEPTOR
Preparación en la Homilía	Ambiguo	Correcto uso de microfones	Falta de religiosidad de los fieles
Dicción/Pronunciación	Lenguaje lejano de la realidad	Equipo de audio (bocinas, ecualizador, etc)	Sociedad audio-visual
*Hermeneutica de los textos Bíblicos	Repetitivo/Regañón/Imperativo	Templo ruidoso (abierto, mala sonorización)	Distracción de los feligreses
Manejo de voz	Fatiga del discurso	Acústica	Cultura de la Asamblea
Insuficiente vivencia del Evangelio		Iluminación	Crisis religiosa
			Insuficiente vivencia del Evangelio

En la preparación del discurso, es importante que el Sacerdote, antes de celebrar misa, de un vistazo a su feligresía y sea capaz de detectar los segmentos de creyentes ahí reunidos⁶⁸, ya que la influencia de la hora de la celebración en muchas ocasiones va precedida por el estrato de católicos que la presencian.

En el mensaje hablado hay por lo menos tres factores que tienen que ser tomados en consideración:

1. El código
2. El contenido
3. La forma en que es tratado el mensaje⁶⁹

⁶⁷ Extracto de la encíclica *EVANGELII NUNTIANDI*, emitida por el Papa Pablo VI en Roma el 8 de Diciembre de 1975

⁶⁸ La hora de misa influye en la asistencia de la feligresía joven o madura.

⁶⁹ RANGEL, Hinojosa, Mónica. *Comunicación Oral*, Trillas, 1977, pp. 80

Otros puntos esenciales que se deben considerar por parte del emisor son:

- La sintonía de la voz, la cual invita a la escucha atenta y activa
- El volumen de la voz, ya que, cada ambiente y cada situación piden un determinado volumen; más alto o más bajo.
- La respiración además de que permite emitir un mensaje más fluido, ayuda a la concentración y a la organización de ideas y pensamientos. Sin embargo esta se debe hacer lo mas silencia posible, porque si se respira demasiado fuerte contra el micrófono, como es el caso, resulta contraproducente.

Para el tratamiento del mensaje es importante tomar en cuenta los siguientes principios, mismos que tienen origen en el emisor y que con su correcto empleo el Sacerdote será capaz de captar toda la atención de su asamblea:

- Claridad; efecto y distinción que por medio de los sentidos, especialmente la vista, se puede percibir y expresar sensaciones de una manera clara, esto a través de inteligencia e idea.
- Concisión; brevedad en el modo de expresar un concepto con exactitud.
- Precisión; estilo, concisión y exactitud rigurosa sobre lo que va a tratar.
- Originalidad⁷⁰

Desde este trabajo se entiende la problemática de la Homilía en su doble vertiente, que sugiere un instrumento de comunicación en el que Dios pone la parte principal y una parte que le corresponde al hombre y que Dios no puede suplir.

⁷⁰ VARGAS, Gaby, *Comunícate, cautiva y convence*, Aguilar, 2005, pp. 23

1.4 TIPOS Y NIVELES DE COMUNICACIÓN

La gente puede comunicarse a muchos niveles, por muy diversos motivos con gran número de personas y en múltiples formas, es por esto que existen varias clasificaciones de la comunicación tomando como parámetros distintos factores como tipo de canal, retroalimentación, etc.

Para efectos de este texto, la clasificación que haremos es de acuerdo al número de personas que involucra el proceso de comunicación.

INTRAPERSONAL. En pocas palabras es hablar con uno mismo. *"Tal tipo de comunicación es posible porque el hombre puede transformarse en objeto para el mismo mediante el empleo de símbolos utilizados en su comunicación. Estos símbolos, permiten que lo que el hombre dice a otros tenga para sí idéntico significado que para los demás"*⁷¹

INTERPERSONAL. Es aquella que se establece principalmente con dos individuos los que actúan de manera que uno realiza la función de emisor y el otro de receptor.

Para los propósitos de la discusión, hemos de distinguir dos niveles de interdependencia comunicativa.

1. INTERDEPENDENCIA FISICA POR DEFINICION. Se hace evidente que los conceptos de comunicación de fuente receptor son diádicos, es decir, dependen uno de otro incluso para su propia definición.

Además de su interdependencia por definición, las funciones de la fuente y del receptor son físicamente interdependientes. Cuando dos personas se están comunicando, una confía en la existencia física de la otra para la emisión o recepción de los mensajes.

⁷¹ CASTREJON, Jaime y Ángeles. *Consideraciones sobre Dinámicas de Grupos*, Mausoleo, 1982, pp. 22

2. INTERDEPENDENCIA DE ACCION-REACCION Cada uno encodifica los mensajes y recibe mensajes del otro. Cada uno influye en el otro. Son interdependientes y esta relación es algo más que una mera interdependencia física. Las respuestas dadas por cada uno están determinadas por las del otro.

La terminología de la comunicación comprende un término relacionado con la interdependencia de acción-reacción; a la cual nos referimos como *feedback*. Este término denomina un aspecto especial de la reacción del receptor.

Designa el uso de esta reacción que puede hacer la fuente para determinar su propio éxito.

La fuente puede utilizar la reacción de un receptor como verificación de su propia efectividad y como guía de sus futuras acciones. La reacción del receptor es una consecuencia de la fuente. Como tal, sirve de *feedback* para la fuente.

*"El feedback proporciona a la fuente la información con respecto al éxito que obtuvo al cumplir su objetivo. Al hacer esto ejerce un control sobre los futuros mensajes que la fuente encodifica"*⁷²

En resumen, la comunicación implica a menudo una interdependencia de acción-reacción. La acción de la fuente influye en la reacción del receptor y la de éste influye a su vez en la reacción subsiguiente de la fuente. Tanto la fuente como el receptor pueden hacer uso de las reacciones de cada uno.

Las reacciones sirven de feedback. Permiten a la fuente o al receptor controlarse ellos mismos, determinar hasta qué punto están teniendo éxito en el cumplimiento de su propósito. El feedback también influye en la conducta subsiguiente si la fuente y el receptor son sensibles a ésta.

⁷² K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, el Ateneo, 1960, pp. 98

GRUPAL. Es la comunicación que se da dentro de un grupo. Aparentemente esta definición es muy simplista y no da las pautas necesarias para diferenciarla de la interpersonal. Para clarificar las diferencias a continuación se define que:

*"Grupo es el conjunto de personas que, accidental o intencionalmente, se reúnen con un fin u objetivo concreto y en el que se establecen roles y funciones específicas para cada miembro. Por ejemplo: grupos familiares, de trabajo, de estudio, de investigación, etc."*⁷³

El hecho de que los miembros del grupo tengan un objetivo común y que para alcanzarlo tengan que establecer consciente, inconsciente, formal, arbitraria, por consenso, por costumbre o voluntariamente roles y funciones, hace que la comunicación adquiera características específicas:

a) Rumor, este aparece como efecto de la mala comunicación grupal, ya que se presenta como un ruido confuso de voces que reduce el orden y por tanto la pureza del mensaje original.

b) Liderazgo, en el, se da, formal o informalmente, pautas de comunicación conforme a la jerarquía y status de cada miembro. Desde este punto de vista, la comunicación no es tan espontánea como la interpersonal.

c) Tamaño del grupo, este hace que la calidad y cantidad de comunicación varíe: entre más grande sea el grupo menor serán la cantidad y calidad y viceversa. Esto se debe a que en el mismo tiempo más personas deben o quieren comunicar sus ideas y, por lo tanto, se cuenta con menos tiempo por persona; en cuanto a la calidad, nos encontramos con que la cantidad de retroalimentación disminuye lo que redundará en el empobrecimiento del proceso⁷⁴.

⁷³ VELAZQUES, Carillo, Yolanda. *Aproximación a la Comunicación Interpersonal*; Interacción de Pequeños grupos, Universidad Iberoamericana, 1980, pp. 21

⁷⁴ Por ejemplo las escuelas tradicionales, en donde la enseñanza en grupos sobre poblados no permite una retroalimentación de calidad contrario a lo que sucede con aquellas con métodos escolares como el Montessori en donde la enseñanza individualizada, es decir por grupos reducidos se adapta a cada estilo de aprendizaje según el alumno.

d) Las normas de grupo también influyen en la calidad de la comunicación ya que restan espontaneidad. Sin embargo, sin normas el grupo entraría en un proceso de entropía (caos y desorden total que lleva a la autodestrucción).

La comunicación grupal es una forma de utilizar la interpersonal, es decir, es un encuentro cara a cara.

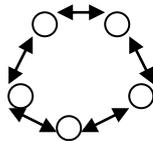
Los sistemas de comunicación tienen propiedades geométricas debido a los roles y normas existentes en el grupo y son fácilmente diferenciables uno de otro. Los más comunes son:

1) Lineal. La información se transmite de una persona a otra en cadena; cada individuo tiene contacto directo con una persona.



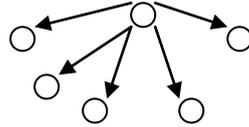
* Ejemplo: cuando se forman los rumores o chismes en los que la información va de boca en boca deformándose así el mensaje original.

2) Circular. Es similar al anterior excepto por que la línea se cierra, con lo que todos los miembros tienen contacto directo con dos personas más.



*Ejemplo: Comunicación establecida entre un grupo de amigos

3) De estrella. Uno de los miembros (generalmente el líder) capta la información de todos los demás miembros del grupo, de tal forma que todas los demás personas solo tienen contacto con el (este tipo de comunicación es el objeto a analizar a efectos de esta investigación)



*Ejemplo: Comunicación llevada a cabo en asambleas o reuniones en donde un solo orador hace uso de la palabra

Los científicos sociales han definido el término grupo de diversas maneras. Algunas definiciones señalan que debe existir una estructura organizacional con estándares de conducta aceptados (normas), roles establecidos, etc., para que pueda decirse que un grupo existe. Otras sugieren que deben existir metas en común, o que los miembros deben tener una idea clara de que pertenecen a un grupo. Todas las definiciones incluyen los conceptos de interdependencia e interacción. Los miembros de los grupos son dependientes entre sí, hasta cierto punto y deben, por ello, interactuar. Por ende, *"un grupo es un conjunto de personas (dos o más) que interactúan entre sí de modo que cada miembro recibe la influencia de cada una de las otras personas y, a su vez, ejerce influencia en ellas"*⁷⁵. Esta definición no significa que las motivaciones, metas y estructura organizacional no sean aspectos importantes de los grupos; solo señala que no son necesarios para que éstos existan.

⁷⁵ CARTWRIGHT, Dorwin, *Dinámica de grupos; Investigación y Teoría*, trillas, 1971, pp. 47

Existe gran diversidad de clasificaciones de grupos hecha por los teóricos, a partir de diferentes criterios. Por ejemplo: pueden ser clasificados de acuerdo a sus características o propiedades, como el número de miembros que lo integran (tamaño), grado de cohesión (solidaridad), nivel de intimidad, etc.; *"según la orientación de esta: los grupos son comúnmente diferenciados en primario-secundario, formal-informal, grande-pequeño, temporal-a largo plazo, etc. De las anteriores clasificaciones, las más usuales son probablemente primario-secundario y formal-informal"*⁷⁶

Grupos primarios y secundarios: la noción de grupo primario fue formulada por Cooley en 1909, quien señala que un grupo primario se caracteriza por ser una asociación cercana, cara a cara; en la que sus miembros cooperan, simpatizan y se identifican mutuamente.

Estos grupos son primarios en el sentido de que son fundamentales en la socialización y los ideales de los individuos (el grupo primario al que pertenecemos al nacer es la familia).

En contraste, los grupos secundarios son grandes y sus miembros sólo tienen contacto intermitente entre sí. Aquí, la comunicación grupal es impersonal e indirecta.

Los grupos formales son los que poseen una firme estructura social, establecida, frecuentemente impuesta por autoridades externas. Las normas son explícitas y formales, los roles son específicos y los miembros están conscientes de las relaciones internas del grupo. En los grupos informales la estructura surge a lo largo de la interacción: las normas, roles y relaciones suelen ser implícitas más que explícitas. Estos grupos por lo común, son más pequeños y cohesionados que los grupos formales.

⁷⁶ FERNÁNDEZ, Collado, Carlos. *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988, pp. 81

La tipología de los grupos orientados hacia una tarea y los grupos experienciales se elaboran también de acuerdo con sus objetivos o actividades; se pueden clasificar en grupos de trabajo, de terapia, sociales, etc. La distinción más general derivada de este enfoque quizá sea la de los grupos orientados hacia una tarea y los grupos experienciales. Los grupos orientados hacia una tarea son aquellos que se forman con el propósito específico de realizar una labor externa al grupo: solucionar algún problema, llegar a una decisión, elaborar un producto, resolver un asunto específico.

Los grupos experienciales están formados por miembros que esperan beneficiarse con la experiencia del grupo en sí. "Quienes lo integran tienen el propósito de aprender a corregir o eliminar alguna característica personal, o de alcanzar una mayor libertad para expresar sus sentimientos"⁷⁷

En todos los grupos de la sociedad se da el factor del liderazgo, el cual se le asigna a aquella persona que simpatice con todos los miembros del grupo y al cuál, estos le tengan confianza, admiración y respeto para llevar a cabo ese rol en su grupo.

El liderazgo es otro aspecto del proceso del grupo, y puede ser considerado un elemento en la estructura del mismo. Con frecuencia existe en el grupo una posición que se identifica como la del líder.

El líder puede ser definido como la persona que es el centro de atención del grupo, como aquel que ocupa una posición de liderazgo, o que adopta una conducta de liderazgo, etc.

*"El concepto de liderazgo se refiere a un proceso, en tanto que el de líder se refiere a una posición en un grupo o a la persona que lo ocupa"*⁷⁸

⁷⁷ Por ejemplo: los grupos de alcohólicos anónimos AA, los cuales se denominan experienciales por el método de ayuda que les implementan, en el cual deben exponer sus experiencias ante un grupo que tiene la misma adicción al alcohol.

⁷⁸ FERNÁNDEZ, Collado, Carlos. *La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988, pp. 81

Entonces podemos deducir que el liderazgo es una influencia interpersonal ejercida durante una situación y dirigida (por medio del proceso de la comunicación) hacia el logro de una o varias metas específicas. El líder es la persona que ejerce esta influencia interpersonal, muchas veces ligada a una relación afectiva con sus seguidores.

El término relaciones afectivas se refiere a la medida en la que el líder es querido y aceptado por sus seguidores; la estructura de la tarea corresponde al grado en que es demostrable una solución correcta o un número de posibles soluciones, la claridad de una meta y el camino a ella; y el poder de la posición en la estructura del grupo permite al líder lograr que los demás obedezcan y se ajusten a sus deseos.

Las teorías transaccionales representan otro enfoque de liderazgo; el modelo representativo de ellas es propuesto por Hollander (1978). Como indica su denominación, el liderazgo se considera una transacción del líder y sus seguidores. Es un proceso de influencia bidireccional que incluye un intercambio social entre líderes y seguidores y en el que cada individuo da y recibe recompensas o beneficios. El líder indica cómo llegar a la meta, y reduce la incertidumbre en situaciones y hechos ambiguos, ayuda a resolver conflictos, etc. A cambio, los seguidores respetan su status (le brindan estimación) y otros beneficios similares. El líder, por su parte, ejecuta sus labores con eficiencia, y recibe la estimación y el status que le dan sus seguidores.

Esto se aplica a nuestro estudio, ya que la figura del sacerdote debe ser la de un líder para sus feligreses.

En el proceso de la comunicación existen las denominadas "Distintas Redes", las cuales para calificarse como tal en el pleno sentido de la palabra, tiene que haber tanto un medio de entrega e intercambio como un flujo activo de mensajes en el que todos o la mayoría participen activamente.

En un nivel inferior a la sociedad, hay varios tipos de redes de comunicación como: la institucional u organizacional (que es aquella que se analizará en esta investigación), como las del gobierno, la enseñanza, la justicia, la religión o la seguridad social. Las actividades de una institución siempre son diversas y requieren, así mismo, correlación y mucha comunicación, siguiendo rutas y formas establecidas. *"Las organizaciones e instituciones sociales se distinguen de las redes a escala de toda una sociedad mediante la especificidad de sus tareas"*⁷⁹

Por debajo de este nivel se dan aun más tipos, y más variados, de modelos de redes de comunicación basados en alguna particularidad compartida de la vida cotidiana. En este nivel, las cuestiones clave conciernen a la adhesión y la identidad, y a la cooperación y la creación de normas. "En los niveles intergrupales e interpersonales, se ha prestado normalmente más atención a las formas de conversación y a las pautas de interacción, influencia, afiliación y control normativo. En el nivel intergrupales, la investigación de comunicación se concentra en el procesamiento de la información y sus eventuales efectos"⁸⁰.

Habiendo conocido ya los distintos niveles de comunicación, conoceremos ahora las definiciones de los tipos de comunicación colectiva que existen en la sociedad.

PÚBLICO. El concepto tradicional del público *"se considera como un conjunto más o menos reducido de personas que se reúnen en un lugar determinado con el propósito de recibir ciertos mensajes, bien sea informativos o meramente recreativos"*⁸¹

Sin embargo, tal definición ha sido rebasada por la realidad. El público en la actualidad no solamente comprende al grupo de personas que asisten a un lugar prefijado, sino que además se puede considerar como público a los grupos sociales o individuos que en su propia casa, y posiblemente aislados de otras personas reciben tales mensajes mediante la televisión, la prensa o los libros.

⁷⁹ MC QUAIL, Dennis. *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*, Paidós, 1990, pp. 37

⁸⁰ Idem.

⁸¹ GOMEZJARA, Francisco. *Sociología*, Porrúa, 1967, pp. 388

El público viene a ser entonces agregados sociales que se reúnen ocasionalmente alrededor de algún espectáculo para disolverse terminando éste.

AUDITORIO. A diferencia del público, *"son grupos sociales constantemente estructurados cuya asistencia a espectáculos combina la recepción de datos, imágenes y sensaciones con su participación. Aquí se tiende a ser cada vez más actor que espectador, lo que en otras palabras significaría que el asistente al espectáculo mantiene una posición activa: discute, conoce la temática y al expositor, utiliza en su vida diaria y profesional tales informes, etc. Es decir es un espectador participante"*⁸²

AUDIENCIA. "Esta definición se establece a cualquier persona que utilizase cualquiera de los medios de comunicación, en cualquier circunstancia"⁸³

ASAMBLEA. En la antigüedad y en un lenguaje eclesiástico, eran reuniones en las que se convocaba a los religiosos para el estudio de las Escrituras y la oración comunitaria, en la actualidad y en un lenguaje cotidiano se conoce a la asamblea como una reunión numerosa de personas para discutir determinadas cuestiones y adoptar decisiones sobre ellas.

CONGREGACIÓN. Esta palabra tiene un antiguo significado hebreo, el cual se le denominaba convocación y estaba calificada de santa, en nuestros días continúa teniendo un significado meramente eclesiástico y se conoce como una junta que celebran los religiosos y clérigos regulares.

Como pudimos darnos cuenta, el conocimiento de los tipos de receptores mencionados nos dan un amplio panorama para situar una definición exacta de cómo se le llama a aquellos que acudimos a la iglesia.

⁸² GOMEZJARA, Francisco. *Sociología*, Porrúa, 1967, pp. 388

⁸³ NIGHTINDALE, Virginia. *El estudio de las audiencias, impacto de lo real*, Paidós, 1972, pp. 34

"Público" y "Auditorio" se sitúan en un terreno del entretenimiento, el show y el esparcimiento humano, por otro lado la "Audiencia" tiene un significado masivo, es decir de mayores alcances comunicativos, a través de la tecnología y por ultimo encontramos que "Asamblea" y "Congregación" son palabras relacionadas con la iglesia, es decir ambas, detallan aquellas reuniones llevadas a cabo en las sinagogas y las que ahora se realizan en la Institución Eclesiástica, siendo la primera aquella que describe mejor a la comunidad de feligreses que asisten a la Iglesia.

CAPÍTULO 2 MENSAJE COMO MEDIO PARA EVANGELIZAR

Este capítulo trata como tema principal el mensaje y su definición, así como la conductibilidad que éste tiene al ser primero pensado, después elaborado y por último emitido.

Para efectos de esta investigación, el segundo tema ligado al mensaje es el Evangelio, pues habremos de comprender su intrínseca importancia para la fe católica pues de éste emana la palabra de Dios.

2.1 EL MENSAJE

Cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; y al hablar de un discurso no sólo nos referimos a lo verbal. También está presente el lenguaje corporal.

En el libro *Introducción a la quinésica*, estudio realizado por el antropólogo Ray Birdwhistell, conocido como una de las primeras autoridades en el estudio del comportamiento no verbal, señala que no más del 7% del significado social derivado de una conversación se transmite por las palabras aisladas. Es decir, la palabra, el tono de voz, los gestos, el contexto, todo se integra con el mensaje que transmitimos.

En el mensaje hablado hay, por lo menos, tres factores que tienen que ser tomados en consideración: 1) el código, 2) el contenido, y 3) la forma en que es tratado el mensaje. "Al hablar del código, contenido y tratamiento como factores del mensaje podemos hacerlo con respecto a dos cosas: a) los elementos de cada uno, y b) la forma en que estos elementos se hallan estructurados"⁸⁴

¿Qué queremos decir con elementos y estructura? No resulta fácil definir estas dos palabras porque su significado no es independiente, es decir, no podemos tener a ninguno de los dos sin el otro.

Es imposible hablar de algo sin ponerle cierta estructura, sin nombrarlo, sin darle alguna forma.

⁸⁴ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, El Ateneo, 1968 pp. 43

Los elementos y la estructura están unidos. Sin embargo, a veces tratamos de poner dicotomías entre ellos, según K. Berlo en su estudio *El Proceso de la Comunicación*, lo anterior dicho lo podemos exponer con el siguiente ejemplo: a veces podemos discutir sobre lo que es más importante en el arte: la forma (estructura) o la sustancia (elementos), o también la discusión se puede basar sobre lo que es más importante en la comunicación: tener buenas ideas (elementos), o tener una buena organización (estructura). Estos son argumentos sin sentido, pues lo uno no existe sin el otro; puede decirse que ninguno existe separadamente.

Cuando analizamos el mensaje en la comunicación, podemos tomar en consideración su código, su contenido, y la forma en que es tratado. "Al tener en cuenta estos tres elementos de la estructura de un mensaje podemos considerar tres aspectos: los elementos y la estructura de un código, los elementos y la estructura del contenido, y los elementos y la estructura de la forma en que es tratado el mensaje"⁸⁵

El término código, puede definirse como "todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien"⁸⁶. Los idiomas son códigos; cada uno de ellos contiene elementos (sonidos, letras, palabras, etc.) que están dispuestos en determinados órdenes.

Cada vez que codificamos un mensaje tomamos ciertas decisiones con respecto al código que vamos a usar. En primer lugar, tenemos que decidir: a) ¿qué código?, b) ¿qué elementos de éste?, y c) ¿qué métodos de estructuración de los elementos del código habremos de seleccionar? y En segundo término debemos de analizar la conducta de la comunicación y los mensajes, ya que necesitamos comprender en nuestro análisis las decisiones de la fuente con respecto al código.

Una vez elegido y comprendido el código, se debe establecer el contenido del mensaje, al cual podemos definirlo como "el material del mensaje que fuera seleccionado por la fuente para expresar su propósito"⁸⁷

⁸⁵ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, El Ateneo, 1968 pp. 44

⁸⁶ PRIETO, Daniel. *Elementos para el Análisis de Mensajes*, Inst. Latinoamericano de la Com. Educativa, 1991, pp. 52

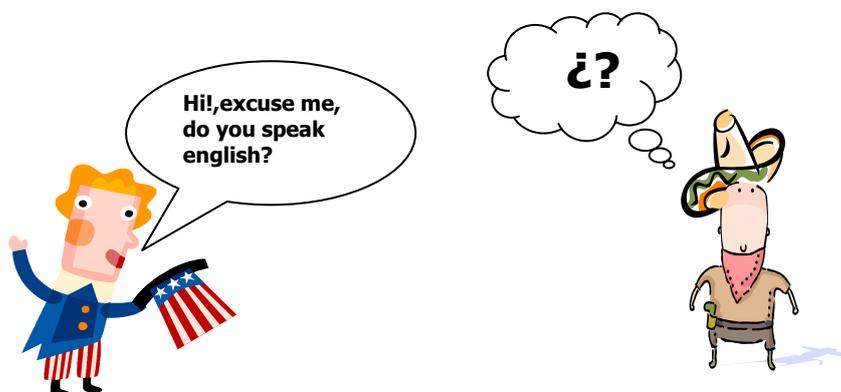
⁸⁷ RUSSI, Alzaga Daniel. *Anuario de la Investigación de la Comunicación XI*. CONEICC, 2004, pp. 22

Hemos catalogado el código y el contenido como factores de un mensaje. Al hablar de cada uno de ellos hemos sugerido que la fuente tiene a su disposición la posibilidad de hacer elecciones.

Al codificar un mensaje la fuente puede elegir un código u otro, uno u otro conjunto de elementos dentro de cada código, o uno u otro método de estructurar los elementos de su código.

Al presentar un mensaje para expresar su propósito, la fuente está facultada para seleccionar una u otra información, uno u otro conjunto de afirmaciones o de evidencias. Puede disponer su contenido de una u otra manera, repetir parte de este, resumirlo todo al final, o bien omitir una parte y dejar que su receptor la complete si éste lo desea.

En la selección de elementos y de estructura, tanto del código como del contenido, la fuente tiene que tomar muchas decisiones y por consiguiente elegir entre gran número de probabilidades. Al hacer estas elecciones demuestra su estilo de comunicación, es decir, le da un tratamiento a sus mensajes de determinada manera. En resumen, podemos definir el tratamiento de un mensaje como "las decisiones que toma la fuente de comunicación al seleccionar y estructurar los códigos y el contenido"⁸⁸Todas estas decisiones son de tratamiento. Son las formas en que la fuente elige codificar su mensaje seleccionando ciertos elementos del código y del contenido, y tratándolos de una u otra manera, con uno u otro estilo. Por Ejemplo⁸⁹:



⁸⁸ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, El Ateneo, 1968 pp. 46

⁸⁹ El ejemplo representa a una persona de origen Americano (codificador) empleando un código totalmente desconocido por la persona de origen Mexicano (decodificador) y por ende el contenido del mensaje es completamente desconocido para este último. El tratamiento que decide dar el codificador a su mensaje en cierta forma es correcta, pues la expresión de saludo se dejaba notar, pero el mensaje es totalmente incomprensible para decodificador.

Pero, ¿Qué es lo que determina el tratamiento del mensaje? ¿Sobre que bases se operan las decisiones que toma la fuente con respecto al tratamiento? Ante todo, la personalidad y otras características individuales de la fuente son las que determinan el tratamiento que habrá de dar al mensaje. Cada uno de nosotros tiene normas de codificación que le son características; cada cual selecciona un cierto código, un contenido y un tratamiento de los elementos y rechaza otros. Cada uno de nosotros estructura los elementos de su mensaje en cierta forma y no en otras. Nuestras posibilidades comunicativas, actitudes, conocimientos, cultura y la posición que ocupamos dentro de los sistemas sociales discriminan algunas de nuestras elecciones.

2.2 LA CONDUCTIBILIDAD DEL MENSAJE

Cualquier situación humana en que intervenga la comunicación implica la emisión de un mensaje por parte de alguien, y, a su vez, la recepción de ese mensaje por parte de otro.

Cualquier análisis de un propósito comunicativo o del éxito obtenido al lograr la respuesta esperada, necesita plantear y contestar la siguiente pregunta: ¿A quién estaba destinado esto?

En la mayoría de las comunicaciones suponemos la existencia de un auditorio, distinto del productor del mensaje. Por ejemplo, en este caso cuando el sacerdote emite a su asamblea la palabra de Dios, suponemos que el comunicador intenta influir sobre las respuestas de un grupo de personas.

Una de las dimensiones que hay que considerar en todo análisis del propósito comunicativo es la de determinar el receptor intencional del mensaje.

El emisor quiere que su mensaje esté destinado a otras personas. Al producir, recibir o criticar cualquier tipo de comunicación, la determinación del propósito del comunicador debe formularse en los siguientes términos: ¿A quién trató de afectar el emisor y en qué forma? El propósito y la asamblea no son separables. Toda conducta de comunicación tiene por objeto producir una determinada respuesta por parte del grupo de personas.

"El análisis de toda situación de comunicación debe tener en cuenta las siguientes premisas: la forma en que la fuente de comunicación trató de afectar a la persona que recibe el mensaje, y el modo en que el receptor trató de afectarse a sí mismo"⁹⁰

No podemos afirmar que los efectos y el resultado de toda comunicación concuerden con la intención deseable; los receptores no siempre responden al propósito de la fuente.

⁹⁰ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, El Ateneo, 1968 pp. 14

Cuando decodificamos mensajes hacemos deducciones en cuanto al propósito de la fuente, a sus habilidades comunicativas, sus actitudes hacia nosotros, el grado de conocimiento y su posición.

Tratamos de establecer qué tipo de persona puede haber emitido esta clase de mensaje (en este caso sabemos que es un sacerdote). A menudo podemos determinar cuál fue el propósito de la fuente, su tipo de personalidad, cuales son los objetos en que cree o que valora, y lo que para él carece de valor.

Podemos hacer y hacemos toda esa clase de inferencias habiendo observado la forma en que la fuente trata su contenido y su código.

Otro factor de importancia determinante para el mensaje es el receptor. "Comunicarse es esperar una respuesta de éste"⁹¹

Toda fuente de comunicación se transmite para lograr que su receptor haga o acepte algo.

Las fuentes necesitan tener constantemente presente al receptor. La fuente debe elegir códigos que los receptores puedan entender, seleccionar elementos del código que habrán de llamarle la atención y que le resulten fáciles de decodificar. Estructurar estos elementos con el fin de reducir al mínimo el esfuerzo exigido para decodificar e interpretar el mensaje.

Elegir un contenido que habrá de resultar convincente para el receptor y pertinente a sus intereses y necesidades. Finalmente, por lo general, deben tratar el mensaje para obtener el máximo efecto posible a fin de lograr el propósito.

⁹¹PRIETO, Francisco. *Cultura y Comunicación*, La Red de Jonás, 1984 pp. 22

Una vez tomada la decisión con respecto al objeto de la comunicación, sigue en pie la pregunta de ¿Cómo la fuente o el codificador logra influenciar la conducta del receptor?, y, ¿Qué tipo de efecto desea producir en él?

De aquí radica la importancia de la influencia, cuyo significado es la acción que una persona ejerce sobre otra. Es sinónimo de prestigio, crédito, poder, etc.

Conseguir transmitir bien las ideas y que los demás crean en nosotros para obtener resultados concretos en la comunicación con el mundo que nos rodea es vital para que aprendamos de las respuestas (feed back) que en todo momento nos llegan de los demás.

2.3 La Codificación, y Decodificación del Mensaje

Existiendo un propósito para la comunicación y una respuesta por producirse, el comunicador desea que su comunicación tenga alta fidelidad. La palabra fidelidad es empleada aquí en el sentido de que el comunicador ha de lograr lo que desea, es decir que el receptor capte el mensaje en su totalidad. Un codificador de alta fidelidad es aquel que expresa en forma perfecta el significado de la fuente.

Un decodificador de códigos de alta fidelidad es aquel que interpreta el mensaje con una precisión absoluta. Al analizar la comunicación nos interesa determinar lo que aumenta o reduce la fidelidad del proceso.

Shannon y Weber⁹², al hablar de la fidelidad de la comunicación, introdujeron el concepto de ruido. Estamos acostumbrados a pensar en el ruido como algo que distrae; como mensajes que interfieren con otros mensajes.

Estos autores definen los ruidos como factores que distorsionan la calidad de una señal. Podemos ampliar el significado que tenemos del ruido para incluir en cada uno de los componentes de la comunicación factores que pueden reducir la efectividad.

Ruido y fidelidad son dos aspectos distintos de una misma cosa. La eliminación del ruido aumenta la fidelidad; la producción de ruido la reduce.

Así mismo, Joseph R. Dominick, en su libro "La Dinámica de la Comunicación Masiva", reconoce que existen por lo menos tres tipos de ruido: semántico, mecánico y del entorno.

El ruido semántico se presenta cuando varias personas manejan significados diferentes para distintas palabras o frases.

El ruido también puede ser mecánico, y ocurre cuando hay algún problema con la máquina que se está usando para realizar la comunicación.

⁹² Citado por Carlos Fernández Collado en *la Comunicación Humana* pp.35

Una tercera forma de ruido esta en el entorno. Se refiere a fuentes de ruido externas al proceso de comunicación, pero que causan interferencia. Este tipo de ruido a veces puede estar fuera de control del comunicador.

Como ya hemos mencionado (de acuerdo al modelo de comunicación de David K. Berlo), hemos enumerado seis elementos básicos de la comunicación: fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador, receptor y la retroalimentación.

Cuando nos referimos a una comunicación de persona a persona, la fuente y el codificador pueden ser agrupados, como pueden serlo a sí mismo el receptor y el decodificador. En esta versión del modelo, la fuente encodifica un mensaje y lo coloca en el canal, de manera que pueda ser decodificado por el receptor. ¿Cuáles son en la fuente, el receptor, el mensaje y el canal los factores determinantes de la efectividad de la comunicación, de la fidelidad del proceso?

Para responder a esta cuestión y adentrarnos en el tema de la codificación y decodificación del mensaje será necesario analizar a fondo al receptor y al emisor que participan en el circuito comunicativo.

La fuente es la encargada de iniciar el proceso al tener una idea o pensamiento que desea transmitir a otra entidad. Esta a su vez, pueden ser individuos, grupos o incluso organizaciones.

La fuente de comunicación después de determinar la forma en que desea afectar a su receptor, codifica un mensaje destinado a producir la respuesta esperada. "Existen, por lo menos, cuatro distintas clases de factores dentro de la fuente que pueden aumentar la fidelidad. Estos factores pueden ser: a) sus habilidades comunicativas; b) sus actitudes, c) su nivel de conocimiento, y d) la posición que ocupa dentro de un determinado sistema socio-cultural"⁹³

⁹³ RANGEL, Hinojosa Mónica. *Comunicación Oral*, Trillas 1977, pp. 19

La codificación se refiere a la actividad por la que atraviesa la fuente para traducir los pensamientos y las ideas de forma que puedan ser percibidos por los sentidos. Cuando tenemos algo que decir, la lengua y el cerebro trabajan juntos para formar palabras y enunciados.

La codificación, en el terreno de la comunicación, puede ocurrir una o varias veces. Durante una conversación cara a cara el hablante codifica pensamientos y los transforma en palabras.

Para que se dé una mejor codificación por parte de la fuente o emisor, Helen Mc Entee, en su libro "Comunicación Oral", afirma que "existen cinco habilidades verbales en la comunicación. Dos de estas son codificadoras: hablar y escribir, las habilidades decodificadoras son leer y escuchar y la quinta es crucial, tanto para codificar como para decodificar: la reflexión o el pensamiento"⁹⁴

Los seres humanos por lo regular disponen de un gran número de mensajes para elegir y ser enviados. Los mensajes pueden ser dirigidos a un individuo en particular o a millones de ellos. También pueden ser muy económicos (como hablar) o sumamente caros (como algunos libros especializados en cierto tema).

Por otro lado, pero en el mismo contexto, los canales se refieren a la forma en que el mensaje viaja hacia el receptor. Para escribir se utilizan ciertos canales (como la pluma, el papel, la máquina de escribir, la computadora, etc.); para hablar son usados otros (el micrófono, el teléfono, el altavoz, etc.). Cuando hablamos necesitamos saber cómo pronunciar nuestras palabras, como gesticular e interpretar los mensajes que recibimos de quienes nos escuchan y como alterar nuestros propios mensajes a medida de que hablamos.

El proceso de decodificación es el opuesto al de codificación. Consiste en actividades que traducen o interpretan mensajes físicos a una forma que signifique algo para el receptor.

⁹⁴ MC ENTÉE, Helen. *Comunicación Oral*, Mc Graw Hill 2003, pp. 87

El receptor es el objetivo del mensaje; su meta final. Puede ser una sola persona, un grupo, una institución o incluso un grande y anónimo conjunto de personas.

La persona que se halla en uno de los extremos del proceso de comunicación (emisor) y la que se encuentra en el otro extremo (receptor) son bastante similares, ya que aquel que en un momento es una fuente, ha sido un receptor.

Los mensajes que emite el codificador están determinados por los que ha recibido, por las fuerzas que le fueron impuestas en un momento anterior al de codificar. Lo mismo ocurre para el receptor. El también puede ser considerado como fuente.

Durante el transcurso de una situación de comunicación dada es frecuente que el receptor se comporte en ambas formas: como fuente y como receptor. Por cierto que en lo futuro habrá de desempeñar conductas como fuente que se verán más o menos afectadas por los mensajes que le fueron enviados como receptor.

Teniendo en cuenta este punto de vista podemos hablar del decodificador-receptor en términos de sus habilidades comunicativas. Si el receptor no posee la habilidad de escuchar, de leer y de pensar, no estará capacitado para recibir y decodificar los mensajes que la fuente-encodificador ha transmitido.

Podemos referirnos al receptor en términos de sus actitudes (que veremos específicamente más adelante).

La forma en que decodifica un mensaje está determinada en cierto modo por sus actitudes hacia sí mismo, hacia la fuente y hacia el contenido del mensaje. Todo lo que hemos dicho con respecto a las actitudes de la fuente es igualmente aplicable al receptor.

Si el receptor no conoce el código, no puede entender el mensaje. Si ignora todo lo que se refiere al contenido del mensaje, es probable que tampoco pueda entenderlos. Si el decodificador no comprende cuál es la naturaleza del proceso de comunicación en sí, es posible que tenga una percepción errónea de los mensajes, que haga conclusiones incorrectas con respecto a los propósitos o intenciones de la fuente, que su actuación fracase en lo concerniente a su propio interés.

Finalmente podemos referirnos al receptor en términos de su cultura y de su situación dentro de un sistema social.

Su propio status social, los componentes de su grupo, sus formas habituales de conducta afectan la manera en que recibe e interpreta los mensajes.

Otro punto que debemos considerar al llegar aquí es el de la importancia del receptor en la comunicación. Y como nuestra investigación se centra en la comunicación efectiva, el receptor (los feligreses) es el eslabón más importante del proceso de la comunicación.

Si la fuente no llega a alcanzar al receptor con su mensaje, es lo mismo que si se hubiera hablado a sí mismo, es por eso que uno de los puntos más importantes de la teoría de la comunicación es la cuestión relacionada con el individuo que se halla en el otro extremo de la cadena de comunicación y que es precisamente el receptor⁹⁵.

La única justificación para que exista una fuente, y la comunicación se produzca, es el receptor; el blanco hacia el cual se dirige todo.

⁹⁵ MC ENTEE, Helen. *Comunicación Oral*, Mc Graw Hill 2003, pp. 87

Este proceso es el denominado "retroalimentación". Este término se refiere a aquellas respuestas del receptor que forman y alteran los mensajes subsecuentes de la fuente. "La retroalimentación representa la inversión del flujo de comunicación"⁹⁶. Los expertos en esta área identifican dos distintos tipos de retroalimentación: positiva y negativa. "En términos generales, la retroalimentación positiva proviene del receptor, por lo común estimula el comportamiento y modifica la conducta y la negativa pierde el sentido ya que el receptor nunca llega a lograr el comprendimiento del mensaje"⁹⁷

⁹⁶ G. Martin & J. Pear. *Modificación de conducta, ¿Cómo es y cómo aplicarla?*, Prentice Hall 1999 pp.25

⁹⁷ DOMINICK, Joseph. *La Dinámica de la comunicación masiva*, Mc. Graw Hill 1992 pp. 67

2.4 IMPORTANCIA DEL EVANGELIO COMO FUENTE DEL MENSAJE

En algunos textos que han ayudado a la realización de este estudio se ha afirmado repetidamente que Jesús no forma parte del contenido de su mensaje.

Los que sostienen esta tesis la fundamentan de la siguiente forma: La acción de Jesús consistió primordialmente en mover e inquietar los ánimos, en la comunicación de vida, en el despertar del espíritu y en la conducción al seno de un destino religioso; en la parte en que esta acción fue mensaje y doctrina consistió solo en la predicación del Padre y de su Reino. Jesús fue sólo mensajero, y lo fue por haber sido el primero entre los llamados. Lo único que quiso fue apartar a los hombres del "mundo" y hacer de ellos el Reino vivo del Padre. La fórmula de su voluntad religiosa fue: "Allí está el Padre y ahí estamos nosotros, los hombres. He sido instruido, conozco la realidad y se cual es el camino. Venid conmigo, haced lo que yo hago, a fin de que todos lleguemos juntos hasta el Padre"⁹⁸.

Esta primera y auténtica relación fue falseada más tarde. Los creyentes estimaron como difícil en extremo la forma originaria de la fe, es decir, la imitación de la vida de Jesús, y se sustrajeron a este imperativo convirtiendo a Jesús (que no había pretendido ser más que el guía que conduce a un fin común) en un ser sobrenatural al que se debía adoración, en un Dios, cuya vida constituye el contenido mitológico del culto. Así fue que el mensaje de Jesús se transformó en una nueva religión con divinidad propia.

La anterior hipótesis establece que Jesús no se situó a sí mismo en el contenido de su predicación, y su persona puede desaparecer sin que ello afecte en nada a la integridad de la doctrina enseñada por él.

⁹⁸ GONZÁLEZ Morfín, Adalberto. *Jesucristo-Palabra y palabra de Jesucristo*, Jus 1962 pp. 180

Luís Maldonado en su libro "La Homilía: Predicación, Liturgia, Comunidad" refutó esta teoría, estableciendo que "en una parte, Jesús llevó a cabo manifestaciones expresas sobre sí mismo y sobre su relación con Dios y con los hombres, manifestaciones que pertenecen al contenido fundamental de la Buena Nueva. Allí mismo, sin embargo, donde no habla expresamente de sí, su mensaje se halla determinado por la significación única de su persona"⁹⁹

Jesús de Nazaret no programó por sí mismo su mensaje, sino que dejó esa labor a la predicación de los Apóstoles y a la pluma de los hagiógrafos¹⁰⁰. Ya el Cristo de la ante-resurrección, y sobre todo el *kyrios* (palabra griega para denominar al Señor) de la post-resurrección, formó a sus Apóstoles para las tareas de la predicación e incluso, los entrenó en los primeros viajes misionales. Además les promete en el cumplimiento de su misión la asistencia del Espíritu Santo, que les guiará a la verdad completa (Mc6, 6b-13; Mt10, 5-42, Lc9, 1-6). De aquí nacen los Evangelios.

La definición de "Evangelio" "proviene del griego *euaggelion*, que significa "buena noticia. Es la buena noticia del perdón de los pecados y la reconciliación con Dios a través de Jesucristo. Los Evangelios son relatos de la vida y enseñanzas de Jesucristo escritos por algunos de sus Apóstoles"¹⁰¹

El propósito de los Evangelios no es dar fechas ni datos exactos de los acontecimientos que estaban sucediendo o que iban a suceder, sino más bien, presentar a la persona de nuestro Señor Jesucristo como el Mesías esperado, el Salvador, el Redentor. "Cada Evangelista escribió pensando en un público particular, pero el Espíritu Santo que los movía a escribir quiso que fuesen para todos los hombres de todos los tiempos"¹⁰²

⁹⁹ MALDONADO, Luís. *La Homilía: Predicación, Liturgia, Comunidad*, Paulinas 1993, pp. 52

¹⁰⁰ Escritos sagrados; los judíos dividían el A.T. en 3 grupos: Ley, Profetas y Escritos. Estos últimos eran los Hagiógrafos (Salmos, Proverbios, Job, Cantar de los Cantares, Rut, Lamentaciones...)

¹⁰¹ OTRAS FUENTES: www.maic.net/diccionario/e-g.htm#Evangelio

¹⁰² OTRAS FUENTES: www.corazones.org/diccionario/liturgia_terminos.htm#Homilía

La vida divina de Cristo, actualmente difundida en la tierra, se inserta y se encarna en los que la acepten para desarrollarse eternamente en ellos, es por esto que nos preguntamos ¿Cómo comprender las afirmaciones de Cristo sino es en el sentido de una supervivencia en medio de nosotros?

El mensaje de Dios transmitido por los presbíteros (emisor), es un acto llamado "Encarnación" que quiere decir la inserción de lo divino en lo humano que continua.

En esta vida, la sociedad establece entre todos los que la aceptan, vínculos de oración, que crean una gran familia, una comunidad nueva, una "iglesia" (asamblea o congregación).

En la iglesia se establecen relaciones vitales entre el sacerdote (emisor) y los feligreses (receptores), ya que éstos acuden a un deber (aunque para muchos es más bien una obligación) como católicos a escuchar la palabra de Dios.

Los discípulos de Cristo (llámense Predicador (emisor) ó Feligrés (receptor)) en su conjunto, pueden llamarse, "cuerpo". Y puesto que Cristo vive misteriosamente en sus discípulos, este cuerpo constituye el cuerpo místico de Cristo, es por eso que se hablará de los miembros del cuerpo a los cristianos encargados de ayudarse unos a otros como miembros de un mismo cuerpo, obedeciendo a la palabra divina que se encuentra escrita en el Evangelio.

"Lo mismo que la vid se planta para dar sarmientos, para expresar su vida en ellos, así Cristo ha descendido entre nosotros para comunicarnos la vida divina, por que Cristo sobrevive; los cristianos son de Cristo; su vida se prolonga en ellos; él ha venido para ellos y aspira dar en ellos frutos de santidad: tal es la doctrina fundamental que profesa el catolicismo"¹⁰³

¹⁰³ SÁNCHEZ, Corral Elsa. *Congruencia entre la práctica social de los Católicos y los principios de su religión* Tesis Universidad Iberoamericana, 1983 pp.25

La liturgia católica, es el conjunto de manifestaciones del culto divino, la liturgia traduce el dogma en ritos sensibles para hacerla penetrar más en el espíritu y en el corazón de los cristianos.

No tiene nada de extraño, que hallemos en ella ampliamente expresado, el respeto de la iglesia hacia el cuerpo humano, es decir nosotros tanto el sacerdote (emisor) como los feligreses (receptor) en conjunto realizamos la liturgia.

Todo lo ya explicado nos guía a la luz del conocimiento al reconocer al Evangelio como mensaje de salvación, que insistentemente pretende cautivar al hombre y hacer que se lance por el camino de su salvación eterna.

Las Sagradas Escrituras pueden darnos la sabiduría que conduce a la salvación por la fe en Jesucristo. Pues toda la Escritura divinamente inspirada es útil para enseñar, para corregir, para formar justicia, a fin de que el hombre de Dios sea perfecto, preparado para toda obra buena.

Por último, podemos complementar que en ésta, nuestra Iglesia Católica existen miembros comprometidos en su totalidad a difundir el mensaje universal de Dios el cual es de vital importancia para que siga subsistiendo la fe y la moral entre los seres humanos. De estos últimos dependerá que la palabra de Dios emerja como algo vivo en la acción.

Esto es precisamente uno de los retos que desde hace mas de 30 años la Iglesia se ha impuesto, ya que como lo establece la encíclica *EVANGELII NUNTIANDI*¹⁰⁴, sobre el compromiso evangelizador de la Iglesia Católica se deben revisar métodos sobre cómo llevar al hombre moderno el mensaje cristiano de una manera comprensible y persuasiva debido a las actuales condiciones de la sociedad.

Respecto a esto se formula 3 cuestiones:

¹⁰⁴ Pronuncia da en Roma junto a San Pedro por Paulus Papa VI el 8 de Diciembre de 1975 en la Solemnidad de la Inmaculada Concepción de la Santísima Virgen María.

1. ¿Qué eficacia tiene en nuestros días la energía escondida de la Buena Nueva, capaz de sacudir profundamente la conciencia del hombre?
2. ¿Hasta dónde y cómo esta fuerza evangélica puede transformar verdaderamente al hombre de hoy?
3. ¿Con que métodos hay proclamar el Evangelio para que su poder sea eficaz?

Estas preguntas desarrollan, en el fondo, la cuestión fundamental que la Iglesia se propone hoy día y que podría enunciarse así: La Iglesia ¿Es más o menos apta para anunciar el Evangelio y para insertarlo en el corazón del hombre con convicción, libertad de espíritu y eficacia?

CAPÍTULO 3 EL OFICIO DEL PRESBITERO

El siguiente capítulo es medular para esta investigación ya que trata el tema de la labor bíblica que el sacerdote tiene como evangelizador y predicador de la "Buena Nueva", así como las jerarquías que existen dentro de la Iglesia Católica como institución debidamente estructurada para su total funcionamiento como guardiana de las Escrituras de Dios y la portadora de su palabra.

Será de la misma importancia la mención de la catequesis, que es el modelo de educación espiritual y formativa de los sacerdotes para que puedan transmitir con el total conocimiento y sensibilidad la palabra del creador y las enseñanzas de Jesucristo.

Por último se aludirá al liderazgo del que forma parte el presbítero como estandarte de las parroquias y la empatía que ejerce para con los feligreses. Y para finalizar se dará a conocer las partes y los elementos más importantes que conforman la misa.

3.1 ¿QUÉ ES EVANGELIZAR?

Evangelizar, es la acción de anunciar la Buena Noticia del Evangelio de nuestro Señor Jesucristo. En específico, llevar la revelación cristiana a personas y culturas que aún no han recibido el Evangelio.

El Papa Juan Pablo II ( e.p.d.) proclamó la necesidad de una Nueva Evangelización dirigida hacia los cristianos. "La verdad del Evangelio no cambia porque es la verdad. La novedad es en cuanto al ardor, los métodos y la expresión, de manera que la verdad eterna pueda penetrar con poder y traer la vida de Cristo al mundo moderno"¹⁰⁵.

Ni la comunidad primitiva de Palestina ni el cristianismo helenístico reflexionó en un principio sobre la introducción de estatutos eclesiásticos. La comunidad de Palestina al encontrarse dentro de los estatutos de la comunidad judía no pensó en absoluto en constituir otra nueva sociedad religiosa. Si bien es verdad que el Bautismo y la Cena del Señor delimitó a la comunidad de Palestina frente al Judaísmo y a la comunidad helenística frente a los cultos del paganismo, sin embargo, no existió en un principio una clase sacerdotal.

En la medida en que ambas comunidades necesitaron de unos estatutos y de una dirección encontraron ambas cosas por medio de personas autorizadas, pero que no tenían todavía, en absoluto, el carácter de funcionarios.

"Primero fueron los apóstoles los fundadores de las comunidades, después aparecen los anunciadores de la palabra: profetas y maestros; tampoco ellos son funcionarios, sino personas suscitadas en cada caso por el Espíritu Santo"¹⁰⁶.

Pero ya muy pronto, aparece en la comunidad primitiva de Palestina el oficio de los ancianos. Un consejo de ancianos es ya una institución en la que se unifican la autoridad personal y la autoridad del oficio y por medio de él queda fortalecida la autoridad de las personas dirigentes.

¹⁰⁵ OTRAS FUENTES: El Vaticano www.vatican.va/holy

¹⁰⁶ RUDOLF, Bultman. *Teología del Nuevo Testamento*, sígueme Salamanca 1970 pp. 9

Esto deja entrever que las actividades que en un principio fueron ejercidas voluntariamente por personas individuales o en virtud de una autoridad personal fue convirtiéndose poco a poco en una función ejercida por funcionarios.

Entonces, ¿A quién le corresponde predicar en la iglesia?, Por ser los obispos los sucesores de los Apóstoles entre sus oficios principales se destaca la predicación del Evangelio.

La predicación es una expresión de su oficio magisterial. Fuera de ellos solamente puede ejercer este oficio el que es enviado por el Obispo. Así los presbíteros como colaboradores de los Obispos tienen como obligación primera el anunciar a todos el Evangelio de Cristo.

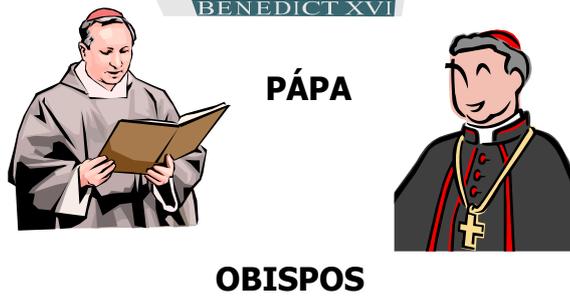
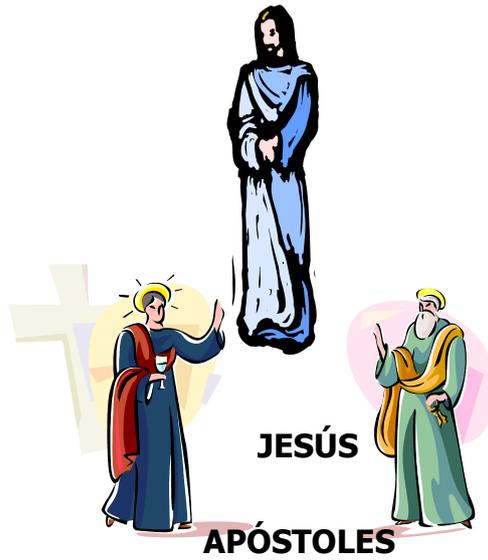
La iglesia se halla construida sobre el fundamento de los apóstoles y los profetas, éstos, forman la unidad de los que han recibido la revelación. Cristo ha instituido en ellos a los portadores autorizados de la tradición.

Naturalmente los Apóstoles ocupan el primer rango; sus nombres se encuentran escritos en las doce piedras constitutivas de los muros de la Nueva Jerusalén.

Toda vez que los Apóstoles eran considerados en primer lugar como garantes de la tradición y transmisores de ella, del depósito eclesialístico fueron derivando poco a poco a ser considerados como funcionarios de la comunidad a los que correspondía, después del tiempo de los Apóstoles, la conservación de la tradición. Así nació la idea de que los Apóstoles debían tener sucesores; los presbíteros.

Jesucristo que fue enviado por el Padre, ha enviado a su vez, a los apóstoles. Estos han predicado por todas partes, en la ciudad y en el campo, y han colocado en todas partes Obispos y Diáconos y les ha encomendado a estos procurarse sucesores*.

***Esquema Jerárquico Divino Católico**



Como lo sostuvo el Arzobispo de Morelia, Alberto Suárez Inda en una carta Pastoral leída a sus fieles a sus fieles en Febrero del 2006, "La encomienda Pastoral que recibe un Sacerdote del Obispo al ser constituido "pastor propio" de una Parroquia lo compromete a tal grado con su comunidad, que le exige de suyo tiempo completo, conocer de cerca a las personas, alimentar su fe, acompañar a las familias en las alegrías y tristezas desde el nacimiento hasta la muerte; visitar sus hogares; ser, en una palabra presencia de Cristo Buen Pastor que en la Eucaristía congrega, forma y envía a los miembros de su Cuerpo en la Iglesia"

Las cualidades que se exigen para los presbíteros o para los Obispos incluyen no solamente ser prudente, hospitalario y generoso, sino también el ejercicio de la doctrina, que esté adherido a la palabra fiel conforme con la enseñanza, para que sea capaz de exhortar con la sana doctrina y refutar a los que lo contradicen. Sobre todo se pondrá como obligación el cuidar la recta doctrina y el luchar contra aquellas que sean falsas.

Así, los presbíteros son los anunciadores de la salvación.

"Cuando se describe en 1 Clem 44, 4 a los presbíteros como aquellos que ofrecen los dones se está dando a entender que ellos dirigen la celebración Eucarística, es decir, es quien dirige el culto y sus celebraciones"¹⁰⁷.

La misión de Cristo era, ciertamente, de orden espiritual; pero la ha realizado con labios humanos y gestos concretos, ya que Cristo había recibido de su padre una triple misión:

"1. Misión de enseñar a los hombres la solución completa del problema de la vida.

A tal efecto les revelo el plan íntegro de Dios.

2. Misión de santificar las almas, es decir, de hacerlas beatas y agradables a Dios.

Con este fin, Jesús ofreció a Dios, en su nombre, un sacrificio único, infinito, el sacrificio de su cuerpo y su sangre; mediante este sacrificio dio a los hombres la posibilidad de recuperar el favor divino y de participar de nuevo en la vida divina.

¹⁰⁷ Sociedad de Eclesiásticos. *Tesoro de Oratoria Sagrada; biblioteca selecta de Predicadores*, M. González, pp. 21

3. Misión de dirigir a los hombres hacia Dios, dándoles reglas de vida práctica y ejerciendo con respeto a ellos la autoridad que derivaba de su padre.

Esta triple misión la ha confiado Cristo a su Iglesia, es decir a todos los que le siguen.

Es por eso que el sacerdote fue elegido (emisor y responsable de transmitir la historia omnipotente) por excelencia, el intermediario perfecto entre Dios y los hombres"¹⁰⁸.

La encomienda de la procuración de una vida llena de la palabra de Dios no ha sido transferida solamente a los dirigentes de la iglesia, cómo muchas veces se cree. Los creyentes, por estar en la Iglesia, son también enviados por Cristo; participan, en una cierta manera, en su triple misión: tienen que desempeñar un papel activo.

Hablando de misiones, la encíclica *Intermirifica*¹⁰⁹ sobre los medios de comunicación social, señala que la Iglesia Católica considera parte de su cometido servirse de estos instrumentos para predicar a los hombres el mensaje de salvación y enseñarles el recto uso de estos medios , y aunque los medios de comunicación no sean el tema de nuestra investigación es importante destacar que este documento indica que corresponde a los sagrados pastores el deber de instruir y gobernar a los fieles de modo que estos, sirviéndose de dichos instrumentos, atiendan a su propia perfección y salvación, así como a la de todo el género humano.

Como lo veníamos comentando, en toda iglesia existe una misión de dirigir a la humanidad hacia Dios, debe haber una autoridad que se encargue de esta acción, porque para que reine el orden en una sociedad, es necesaria la existencia de una autoridad que vele por la realización del programa establecido, de cohesión al grupo, que oriente la actividad de los individuos al bien de la comunidad, imponga a estos toda acción necesaria o conveniente al grupo y les prohíba toda iniciativa, que pudiese perjudicar al conjunto.

Queriendo establecer una sociedad visible, Cristo había de agrupar a sus discípulos en torno a jefes visibles.

¹⁰⁸ MORFÍN, González Adalberto. *Jesucristo palabra y palabra de Jesucristo*, Jus 1962, pp. 135

¹⁰⁹ Pronunciada en Roma, en San Pedro, 4 de Diciembre de 1963 por el Obispo Pablo

Es por todos los católicos sabido que Cristo eligió doce apóstoles y les dio autoridad sobre sus discípulos.

A uno de ellos le concedió la plena jurisdicción sobre la iglesia universal: "Tu eres Pedro y sobre esta piedra edificaré mi iglesia, y las puertas del infierno no prevalecerán contra ella; yo te daré las llaves del reino de los cielos, y cuanto atares en la tierra será atado en los cielos". (Mt. 16,18-19)

Después de la resurrección confirmo solemnemente los plenos poderes que confiara a Pedro. Habiendo recibido su triple confesión de amor, le dijo: "Apacienta mis corderos. Apacienta mis ovejas" (Jn. 21,17), es decir, toma la dirección de todo el rebaño fiel.

Puesto que esta sociedad visible ha de perdurar a lo largo de los siglos, es evidente que Cristo concedió los mismos poderes a los sucesores legítimos de Pedro y de los apóstoles.

La iglesia Católica es, pues por voluntad de Cristo, una sociedad monárquica, es decir, que obedece a un jefe único; posee una jerarquía, es decir, una autoridad sagrada, compuesta por los sucesores de Pedro y de los Apóstoles, encargada de mantener el camino recto a esta inmensa fila de discípulos, en marcha hacia la eternidad.

Hallamos por tanto en la iglesia:

-El sucesor de san Pedro: El Papa (hoy Benedicto XVI)

-Los sucesores de los Apóstoles: Los Obispos

-Los sucesores de los discípulos: Los demás miembros sacerdotes y laicos.

La iglesia visible así organizada está encargada en primer lugar de transmitir a cada generación, a la nuestra, a nuestro mundo moderno, a todos los pueblos de la tierra, las verdades reveladas por Cristo (dogmas de fe) y los medios de ir hacia Dios (reglas de moral).

La iglesia continúa con la enseñanza de Cristo a través de aquellos que por vocación encuentran su profesión al servicio de la palabra de Dios hecha viva por Cristo y cuya misión es hacer lo mismo con los feligreses (receptores).

La misión de anunciar la Buena Nueva corresponde a todos los miembros de la iglesia. Todos y cada uno debe dar a conocer a Cristo su mensaje, al menos mediante su ejemplo; todos y cada uno deben ser un discípulo, un partidario, un testigo, un propagandista de Cristo; si no es así, traicionarán a su propia causa.

Cristo es claro sobre ese punto: "A quien me confesare delante de los hombres yo le confesare delante de mi Padre celestial. Lo que os digo al oído proclamadlo sobre los tejados" (Jn 14,16-17,26).

Pero no todo cristiano es competente para enseñar con seguridad. Se comprende fácilmente que Cristo haya confiado esta función doctrinal de una manera particular a sus apóstoles y a sus sucesores.

Son, pues, ante todo, el Papa y los obispos, quienes tienen la misión de enseñar; forman lo que se llama la iglesia docente.

Sacerdotes (emisores) y fieles (receptores), aun cuando tienen una función en la transmisión de la verdad, constituyen también la Iglesia docente, los sacerdotes reciben un mandato del obispo para enseñar a los fieles (receptores).

Cristo, decíamos, ha revelado de viva voz su doctrina; no ha escrito nada. Después de él, los apóstoles han transmitido oralmente su mensaje a través del mundo.

Al conjunto de verdades así transmitidas se llama tradición oral o simplemente "La tradición".

Pero decíamos también que, una parte de las enseñanzas de Cristo y sus apóstoles ha sido consignada después en escritos redactados bajo la inspiración del Espíritu Santo, lo cual le pone a salvo de todo error. El conjunto de estos escritos inspirados constituye la Sagrada Escritura del Nuevo Testamento.

La iglesia y sus ministros (sacerdotes) deben enseñar las verdades contenidas en la tradición, de las cuales se halla conservada en la Sagrada Escritura una parte muy importante.

Pero a medida que pasan los siglos, la Iglesia va tomando conciencia del mensaje que debe transmitir; poco a poco va haciendo el inventario de las riquezas inagotables contenidas en este mensaje.

"Y así es como la iglesia proclama, de cuando en cuando, dogmas nuevos en relación a nosotros, pero contenidos implícitamente en "La tradición" o en la Sagrada Escritura. O bien lleva a las almas a una mejor comprensión y actualización de ciertos aspectos, más delicados por ser más ricos, de una doctrina que sin embargo fue revelada íntegramente en la Sagrada Escritura"¹¹⁰

Al obrar así, los presbíteros (emisor) no hacen más que imitar a aquel que, por los caminos de Palestina, presentaba progresivamente a sus oyentes su doctrina.

Señalemos, además que la doctrina de Cristo es una doctrina que debe penetrar toda actividad humana a fin de sobrenaturalizarla. Ahora bien, esta actividad evoluciona sin cesar; toma formas diversas y plantea nuevos problemas que, aun siendo de orden material, tienen su repercusión en la vida normal.

Se comprende así que la iglesia haya de precisar la aplicación de los principios a los casos particulares que se presenten.

El Papa recuerda estos principios e indica sus aplicaciones, ya en mensajes radiofónicos o televisivos, y sobre todo en encíclicas o cartas enviadas a los obispos del mundo entero y, mediante ellos, a todos los cristianos.

Los obispos se dirigen ordinariamente a sus fieles por medio de cartas pastorales.

"Los sacerdotes (emisor) tienen el deber de exponer la verdad; ahora bien, la verdad es una y no admite compromisos. Por eso la verdad de la iglesia de Cristo ha de ser necesariamente intransigente en lo que concierne a los principios, mostrándose indulgente con respecto a los individuos. Por consiguiente, esta intransigencia que con frecuencia se reprocha a la Iglesia debería designarla, por el contrario, como verdadera iglesia"¹¹¹

¹¹⁰ BULTMAN, Rudolf. *Teología del Nuevo Testamento*, Sígueme Salamanca, 1970, pp.210

¹¹¹ Sociedad de Eclesiásticos. *Tesoro de Oratoria Sagrada; biblioteca selecta de Predicadores*, M. González, pp. 74

Evidentemente, un fiel (receptor), un sacerdote (emisor) y todos los demás siervos eclesiásticos, pueden llegar a mezclar la verdad que han de transmitir con concepciones personales y erróneas.

"Pero no es posible que una obra instituida por el mismo Dios y a la cual ha prometido una asistencia especial, pueda errar en puntos importantes y fundamentales"¹¹².

Por consiguiente si Cristo ha enviado a los sacerdotes (emisor) como su Padre le ha enviado, ¿Cómo no iba a evitar a sus sucesores todo error sustancial, haciéndoles participar no solo de su misión, sino de la misma infalibilidad?

Acaso no ha dicho: "El espíritu os enseñara todo y os traerá a la memoria todo lo que yo vos he dicho" (Jn. 14,26). O también: "Cuando viniere aquel, el espíritu de verdad, os guiara hacia la verdad completa" (Jn. 16,13). Si esto estuviera sujeto a un error, ¿Qué sentido podrían tener estas palabras?

La iglesia enseña que Cristo ha puesto a los sucesores de los apóstoles en imposibilidad de equivocarse cuando enseñan, en circunstancias especiales, las verdades que hay que creer y los medios que es necesario utilizar para vivir de acuerdo con los designios de Dios; en otros términos, les ha hecho infalibles en determinadas circunstancias.

Pero es difícil concebir estas apreciaciones pues evidentemente que un fiel, un Sacerdote, un Obispo, el propio Papa, pueden llegar a mezclar a la verdad que han de transmitir, concepciones personales y erróneas sólo por el hecho de ser seres humanos con propios gustos, opiniones y convicciones¹¹³.

¹¹² SÁNCHEZ CORRAL, Fernández Elsa. *Congruencia entre la práctica social de los católicos y los principios de su religión*, Tesis Universidad Iberoamericana México, 1995, pp.211

¹¹³ Ejemplo de ello fue la controversia que comenzó el 12 de septiembre de 2006 cuando el Papa Benedicto XVI dio una conferencia en la Universidad de Ratisbona, Alemania, en donde fuera profesor de teología.

Muchos dirigentes y agrupaciones en el mundo islámico expresaron su protesta en contra de lo que consideraron fue un insulto y una desfiguración del Islam, especialmente cuando Papa Benedicto usó la siguiente cita: "Muéstrame también aquello que Mahoma ha traído de nuevo, y encontrarás solamente cosas malvadas e inhumanas, como su directiva de difundir por medio de la espada la fe que él predicaba"

3.2 LA CATEQUÉSIS, MODELO DE EDUCACIÓN

"La catequesis es la enseñanza oral de la doctrina evangélica; ejerciendo el instruir en lo relativo a la religión"¹¹⁴

La educación es en gran parte la asimilación de la cultura. La educación cristiana es entonces la asimilación de la cultura cristiana. Recoge la memoria del pasado, enseña a vivir el hoy y se proyecta hacia el futuro.

El episcopado mexicano ha mostrado su preocupación por la falta de congruencia en nuestra vida cotidiana entre lo que debería regir y lo que en realidad rige nuestro comportamiento, entre lo que se dice y lo que se hace, entre lo que se cree y lo que se vive. No se puede educar valoralmente a las personas mientras no existan comunidades que vivan de forma congruente los valores que proclaman. Urge una nueva formación cristiana que corrija las desviaciones de cierta educación que se recibe en las escuelas.

"Santana señala que el hombre vive en una época de cambio de estructuras. La actual catequesis escolar está en crisis por que la Iglesia está en crisis, y en crisis están también las diferentes estructuras que han servido al hombre como vehículo para su realización"¹¹⁵

La iglesia pretende lograr cambios importantes en la formación de valores morales, éticos y religiosos sin embargo ¿Qué cantidad de adolescentes salen de los colegios con fe madura y práctica, o por lo menos con una verdadera convicción cristiana? Lo debemos reflexionar.

Según la enciclopedia Católica del Vaticano en su Tomo XIX, hay tres elementos en la catequesis escolar:

-Instrucción: conocimiento y comprensión del mensaje evangélico y su asimilación personal y afectiva.

-Moral: ofrece un estilo de vida en conformidad con el Evangelio; transmisión de valores morales.

¹¹⁴ DORANTES, Rodríguez Carlos Héctor. *Hacia la construcción de un instrumento de medición del nivel de religiosidad en estudiantes*, Tesis Universidad Iberoamericana, México 1990 pp. 13

¹¹⁵ PAREJA, Herrera Guillermo. *El fenómeno religioso: Una comprensión fenomenológica y existencial para el desarrollo humano*, Tesis Universidad Iberoamericana, México 1986 pp. 57

-Culto: misas, plegarias, celebraciones, mandatos, etc.

Con base a lo anterior, se ha determinado que la religiosidad se desglosa en tres áreas:

a) Dimensión Cultural: práctica ritualista (misa, rosario, ayuno, diezmos, rezos, etc.)

b) Dimensión Ideológica: creencias y pensamientos sobre la religión y sus mandatos, sus postulados, etc.

c) Dimensión de la Práctica Social: comportamiento en la vida cotidiana.

La educación es un proceso humano de maduración en todos los órdenes; la visión cristiana de la educación, al impulsar y fomentar este proceso a nivel individual, supone una sociedad más humana y más justa.

El episcopado mexicano señala que la educación cristiana busca la creación de hombres nuevos promoviendo el desarrollo integral del individuo y de la sociedad, estando la escuela católica en camino de desarrollar la formación integral que supone conjuntar excelencia académica, conocimiento y vivencia de fe cristiana y sentido social de la educación y de la profesión.

Una institución formadora de personas, sintetizadora de la cultura, como espacio privilegiado de la pluralidad y el diálogo.

En una dimensión personal la educación religiosa pretende impulsar al hombre al desarrollo de sus capacidades físicas, morales, intelectuales y espirituales iniciándolo en una educación de la amistad, amor, corporalidad, sexo, respeto a la vida; el sentido de la justicia, de la lealtad, libertad, verdad y trabajo; promoviendo los valores morales.

En la dimensión social se fomenta el crecimiento social ante la naturaleza, la promoción de nuevas relaciones sociales, la solidaridad comunitaria, valorando la experiencia cotidiana, la sabiduría y la claridad.

La Catequesis (instrucción de las creencias religiosas) se presenta tradicionalmente como una "enseñanza", como una acción sistemática en la que un docente comunica un contenido al alumno.

Educar de cara al futuro representa un gigantesco compromiso que exige una revisión permanente de fines y contenidos, tratando de mantener una armoniosa combinación entre la realidad social y los mandatos religiosos inspirados en la palabra divina.

"Los objetivos de toda educación cristiana se pueden concretar en 6 consignas:

- a) Adquisición de juicios de valor que condicionen el comportamiento con la visión cristiana de la vida.
- b) Estimulación y fomento de las virtudes evangélicas.
- c) Descubrimiento de la propia dignidad y valor
- d) Tendencia al ser pensante hacia la verdad, la belleza y el bien
- f) Integración a la comunidad a la que pertenece.
- g) Tendencia a la perfección y desarrollo integral, hacia la madurez y enriquecimiento continuo de la fe"¹¹⁶.

Así mismo, en la tesis elaborada por el alumno de la Universidad Iberoamericana en México, Guillermo Herrera "El fenómeno religioso; una comprensión fenomenológica para el desarrollo humano", menciona ciertos elementos que deben tenerse en cuenta en la enseñanza religiosa:

-Educación personalizada exigiendo una profunda revisión de los sistemas tradicionales religiosos, ajustándose a la nueva didáctica y relación educativa; rechazando un mensaje religiosos impositivo o meramente inoperante.

-Metodología activa promoviendo una asimilación activa

Pedagogía socializante insertándose en el contexto cultural

-Nuevos instrumentos técnicos y elementos creativos y proyectivos promoviendo la libre expresividad, iniciativa personal, relación social, capacidad autónoma de trabajo.

¹¹⁶ DORANTES, Rodríguez Carlos Héctor. *Hacia la construcción de un instrumento de medición del nivel de religiosidad en estudiantes*, Tesis Universidad Iberoamericana, México 1990 pp. 138

Todo esto señala que la educación religiosa tiene como fin primordial la promoción del comportamiento social ideal en cada individuo.

3.3 EMPATÍA Y LIDERAZGO DEL EMISOR

Los receptores de la comunicación seleccionan y atienden los mensajes, en parte, debido a las imágenes que se han formado de las fuentes y a sus expectativas con relación al tipo de mensaje que estos emisores habrán de emitir.

Como emisores y receptores tenemos el uno con relación al otro, expectativas en nuestras conductas en la comunicación, como fuentes y receptores llevamos con nosotros nuestras propias imágenes y un conjunto de expectativas sobre los demás. Utilizamos estas expectativas para encodificar, decodificar y responder a los mensajes.

Algunos de los estudios más interesantes referentes a la comunicación analizan las imágenes que tienen de sus emisores (en este caso los presbíteros) los individuos (feligreses), y la forma en que estas expectativas influyen en la conducta de la fuente.

Al enfocar el concepto de expectativas, podemos volver a nuestro modelo básico del proceso de comunicación.

El emisor y el receptor de la comunicación poseen cada uno ciertas habilidades comunicativas, ciertas actitudes y conocimientos. Cada uno existe dentro de un sistema social y de un contexto cultural. Esto afecta la forma en que habrán de reaccionar ante los mensajes. "La comunicación representa un intento de reunir a estos dos individuos, a estos dos sistemas psicológicos. Los mensajes son utilizados para llevar a cabo esta unión de los organismos"¹¹⁷.

Esto tiene que ver con el concepto de *empatía*, a lo que algunos psicólogos definen como: "el proceso a través del cual llegamos a las expectativas, a las anticipaciones de los estados psicológicos del hombre"¹¹⁸, es decir de manera más coloquial: la facultad de proyectarnos en la personalidad de otros.

¹¹⁷ AILES, Roger, Kraushar Jon. *Tú eres el mensaje*, Paidós, 1982, pp. 81

¹¹⁸ A.C, Leyton. *Dinámica de las comunicaciones*, Anaya, 1968, pp.105

Todos anticipamos el futuro; hacemos conjeturas con respecto a las relaciones entre: a) ciertas conductas por nuestra parte, b) conductas subsiguientes de otras personas, y c) conductas subsiguientes propias. Desarrollamos con respecto a otras expectativas que influyen en nuestras acciones, aun antes de que las adoptemos. Esto es lo que queremos decir con empatía.

Los funcionarios de Dios, que son los responsables de evangelizarnos deben empatizar con su asamblea, con los fieles, para que de esta manera también estos sientan la entrega de la palabra de Dios y la hagan suya.

Existen dos teorías populares con respecto a la empatía, pero para nuestro estudio solamente revisaremos la que nos interesa que es la Teoría de la empatía basada sobre la inferencia. Esta manera de considerar la empatía supone que el hombre posee un conocimiento directo acerca de sí mismo y un conocimiento indirecto acerca de los demás.

"Sostiene que el hombre posee la capacidad de comprenderse a sí mismo, a través del análisis de sus propias conductas. Apoyándose en estos análisis puede hacer inferencias acerca de las demás personas, sobre la base de las similitudes entre la conducta de estas y la suya propia"¹¹⁹

La explicación de esta teoría de una manera estructural es la siguiente:

1. El hombre posee evidencia directa de sus propios estados internos, pero solo puede obtener evidencia indirecta de los estados de ánimo de otras personas.
2. El hombre expresa un estado interno determinado ejecutando las mismas conductas que los demás para expresar el mismo estado.
3. El hombre no puede comprender en los demás estados internos que el no haya experimentado. No puede comprender emociones que no ha sentido, pensamientos que no ha tenido.

¹¹⁹ VELÁZQUEZ, Carrillo Yolanda. *Aproximación a la comunicación interpersonal*, Universidad Iberoamericana, 1980, pp. 63

A medida que nos desarrollamos y que maduramos, construimos un concepto del "sí mismo". Luego obramos de acuerdo con él. Comenzamos a hacer inferencias sobre los demás basándonos en ese concepto. Disminuimos el uso que hacemos de la asunción de rol y aumentamos, en cambio, el uso de inferencias.

Presuponemos que los demás son iguales a nosotros y que sus conductas reflejan estados internos iguales a los nuestros. Seguimos haciendo esto hasta que ya no hallamos un semejante.

Cuando empatizamos haciendo inferencias y no somos compensados, nos quedan tan solo dos cosas por hacer: O bien deformar las conductas que percibimos de los demás y hacerlas corresponder a nuestras expectativas, o bien volver a echar una mirada a las imágenes que tenemos de nosotros mismos, volver a definir el "sí mismo".

Una de las condiciones indispensables para la comunicación humana es que exista una relación interdependiente entre la fuente y el receptor.

Cada uno de estos afecta al otro. En un primer nivel de análisis, la comunicación implica tan solo una interdependencia física; esto es, la fuente y el receptor son conceptos diádicos; cada uno necesita del otro incluso para su definición y existencia.

En un segundo nivel de complejidad, la interdependencia puede ser analizada como una secuencia de acción-reacción. Un mensaje inicial influye en la respuesta que es hecha, y esta, a su vez, en la sucesiva, etcétera.

Las respuestas ejercen influencia sobre aquellas que le siguen porque son utilizadas como feedback por la fuente (emisor), como una información que les ayuda a poder determinar si están logrando el efecto deseado.

En un tercer nivel de complejidad, el análisis de comunicación se refiere a las habilidades de empatía, a la interdependencia producida por las expectativas sobre la forma en que otros han de responder a su mensaje.

La empatía designa el proceso en el cual nos proyectamos dentro de los estados internos o personalidades de los demás, con el fin de poder prever la forma en que se habrán de conducir.

Inferimos los estados internos de otros comparándolos con nuestras propias predisposiciones y actitudes.

Al mismo tiempo entramos a desempeñar un rol. Tratamos de ponernos en el lugar de otra persona, de percibir el mundo de la misma manera que esta. Al hacerlo así desarrollamos el concepto de sí mismo que usamos para llevar a cabo inferencias sobre otros. Al comunicarnos entre nosotros, dejamos de hacer inferencias para asumir un rol como base para nuestras predicciones. Las expectativas de la fuente y del receptor son interdependientes. Cada una afecta a la otra, cada una se desarrolla en parte, por medio de la otra.

El último nivel de complejidad interdependiente es la interacción. "El término interacción designa el proceso de asunción de rol recíproco, del desempeño mutuo de conductas empáticas"¹²⁰

La interacción difiere de la acción-reacción en que los actos de cada uno de los participantes de la comunicación se hallan interrelacionados, en que influyen unos en otros a través del desarrollo de hipótesis sobre cuál será el resultado de esos actos, en que se ajustan a los propósitos de la fuente (sacerdote) y del receptor (feligreses).

El concepto de interacción es primordial para la comprensión de proceso de comunicación. La comunicación representa el intento de unificar dos organismos, de llenar una brecha entre individuos por medio de la emisión y recepción de mensajes que tengan un significado para ambos. En el mejor de los casos, esta es una tarea imposible. La comunicación interactiva se acerca a este ideal.

¹²⁰ CASTREJÓN, Jaime y Ángeles. *Consideraciones sobre dinámicas de grupos*, Mausoleo, 1982, pp.114

Cuando las personas interactúan, en este caso el sacerdote con su asamblea, se colocan en el lugar del otro, tratan de percibir el mundo de la misma manera en que lo hace el otro, procuran prever de que manera habrá de responder aquel, y aun mas en el caso de nuestra investigación, en donde el sacerdote trata de ponerse en lugar de los fieles para comprender mas sus necesidades y sus aflicciones.

La interacción implica la asunción reciproca de un rol, el empleo mutuo de habilidades empáticas. El objeto de la interacción es obtener una perfecta combinación de sí mismo y del otro, una capacidad total de saber anticipar, predecir y conducirse de acuerdo con las mutuas necesidades de si mismo y del otro.

Hablar del liderazgo es también otro aspecto que va de la mano con la empatía, es decir, son aspectos interdependientes, en el cual si uno falla, por consiguiente el otro también se verá afectado.

"Podemos definir el liderazgo con referencia a las características de un líder: inteligencia, personalidad cálida, agresividad, etc. Y liderazgo tiene que comprender las conductas relacionadas con la persona que dirige, así como las de la persona que es dirigida"¹²¹

Para este estudio, los sacerdotes en cada una de sus Iglesias son considerados como líderes de esta y su pueblo.

Los sacerdotes son designados en las Parroquias o Templos por la Rectoría de la Diócesis¹²², es decir, la gente no los elige. Así que dependiendo del carisma que tenga ese sacerdote es como se ganara el respeto y la admiración de la gente asentándole como líder de esa comunidad.

La facilidad lingüística de una fuente de comunicación, en este caso la del Sacerdote como líder, es un factor importante en este proceso.

¹²¹ K. Berlo David. *El proceso de la comunicación*, El Ateneo, 1960 pp. 42

¹²² Diócesis; es el distrito o territorio cristiano en que tiene y ejerce jurisdicción eclesiástica un prelado: arzobispo, obispo, etc. El nombre proviene de tiempos de los romanos, ya que se le designaba el nombre de diócesis a las divisiones administrativas posteriores al siglo III. Un templo pertenece a una parroquia. Varias parroquias agrupadas pertenecen a un decanato, los cuales agrupados pertenecen a una diócesis. Las diócesis se pueden agrupar, a su vez, en provincias eclesiásticas, a la cabeza de la cual se halla una arquidiócesis.

En nuestra calidad de fuentes de comunicación comúnmente, nos hallamos limitados en cuanto a la capacidad de expresar nuestros propósitos, si no poseemos las habilidades comunicativas necesarias que encodifiquen en forma correcta los mensajes.

¿Qué otra cosa necesitamos para tener en cuenta al analizar al presbítero (emisor) en el proceso de la comunicación para verlo como líder?: Las actitudes, este es el segundo factor que tomamos en cuenta para elegir a un líder.

Las actitudes de este pueden afectar las formas en que se comunica.

El término "actitud" ha sido definido como "*reacción afectiva positiva o negativa hacia un objeto o proposición abstracto o concreto denotado*"¹²³

Utilizando este significado para la palabra "actitud", podemos plantear la siguiente pregunta: ¿En qué forma influyen en la comunicación las actitudes del Sacerdote (líder y emisor)?

Podemos mencionar que las actitudes del líder y fuente (Sacerdote) pueden afectar la comunicación principalmente en tres formas. En primer lugar, las actitudes que asume con respecto a sí mismo, son importantes.

"Todo complejo de variables que se asocian para abarcar la palabra personalidad del individuo (líder) están relacionadas con el concepto de actitud hacia sí mismo en la comunicación"¹²⁴

La actitud hacia sí mismo no es la única que afecta la conducta de la fuente de comunicación (Presbítero). El segundo factor lo constituye su actitud hacia el asunto de que se trata.

Sus actitudes se transparentan muy a menudo en sus mensajes. Claro está que existen excepciones. Algunos comunicadores pueden ocultar (evitar codificar) sus actitudes hacia el tema que están tratando, para no perder la objetividad del mismo. Sin embargo, en la mayoría de los casos, las actitudes hacia dicho tema se hacen evidentes.

¹²³ G. Martín, J. Pear. *Modificación de conducta; ¿Qué es y cómo aplicarla?*, Prentice Hall, 1999, pp.72

¹²⁴ FERNÁNDEZ, Collado Carlos. *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988, pp. 38

Si la fuente de comunicación (sacerdote) no cree en el valor del tema que debe tratar, les resultara difícil transmitir comunicación efectiva sobre este, y se verá reflejado en su calidad de líder.

Hay una tercera clase de actitud que afecta la conducta de la fuente de comunicación, en este caso el Sacerdote: la actitud de él hacia su asamblea de feligreses, es decir los receptores.

Si se da este tipo de actitud negativa hacia los receptores, se afecta el mensaje emitido por la fuente/líder y afecta la forma en que los feligreses habrán de responder a dicho mensaje.

"Aristóteles llamó a esta característica percibida por el orador, *ethos*, calidad del orador que constituye un llamamiento directo al que escucha. El concepto de *ethos* comprende muchas conductas que implican otras cosas aparte de una actitud favorable"¹²⁵.

Es por esto, que las actitudes de la fuente hacia su receptor son importantes factores determinativos de su efectividad.

Los tres tipos de actitudes mencionados son propios de la mayoría de las situaciones de comunicación.

Ocupémonos ahora del tercer factor en la fuente/Presbítero capaz de afectar la fidelidad de la comunicación al momento de la homilía.

En primer lugar, se encuentra el Nivel de Conocimiento, ya que es obvio que el grado de conocimiento que posee el Sacerdote con respecto al tema que trata en el Evangelio para transmitirlo en la homilía es alto, si no es que total, ya que existe una preparación a priori del tema en la liturgia.

¹²⁵ GOMÉZJARA, Francisco. *Sociología*, Porrúa, 1967, pp. 62

No se puede comunicar lo que no se sabe; no se puede comunicar con el máximo contenido de efectividad, un material que uno mismo no entiende. Por otra parte, si la fuente que es el Presbítero, sabe demasiado, si esta "súper especializado", puede equivocarse en el sentido de que sus habilidades comunicativas especiales se hallan empleadas en forma tan técnica que los feligreses no serán capaz de entenderla.

Este dilema está representado por el tan conocido argumento sobre ¿Cuánto debe saber un maestro para poder enseñar? Algunos afirman que no necesita saber nada, que tan solo debe saber cómo enseñar.

Otros sostienen que no necesita saber nada sobre la enseñanza, que si domina a fondo el tema que está tratando se hallara en condiciones de transmitir su saber en forma efectiva.

No hay duda alguna de que ambas posiciones, presentadas de ese modo, son mentira. La fuente necesita poseer el tema de que trata, y también debe saber cómo enseñarlo eficazmente.

La conducta de la fuente (Sacerdote) en la comunicación es afectada por el grado de conocimiento que tiene sobre sus propias actitudes, por las características de su receptor, por las distintas formas en que puede emitir o tratar el mensaje, por los distintos tipos de elección que puede hacer con respecto a los canales de la comunicación, etc.

También es cierto que ninguna fuente se comunica como libre agente sin estar influida por la posición que ocupa en un determinado sistema sociocultural. Claro está que es necesario tener en cuenta los factores personales de la fuente, que en esta investigación es el Sacerdote: sus habilidades comunicativas, sus actitudes, sus conocimientos, todo esto con lo cual los feligreses lo reconocerán como líder predicador de su iglesia.

Pero de estos aspectos necesitamos saber algo más que eso. Hemos de saber cuál es el sistema social dentro del que se está operando. Necesitamos saber su ubicación en este sistema social, cuales son los roles que desempeña, que funciones debe llenar, cual es el prestigio que él y las demás personas le atribuyen.

Tenemos que conocer el contexto cultural dentro del cual se comunica, sus creencias culturales y sus valores dominantes, las formas de conducta que son aceptables o no, exigidas o no por su cultura. Necesitamos conocer sus expectativas y las que otros tienen con respecto a él, su Sacerdote, su líder.

Para los fines de esta investigación, lo antes mencionado se verá reflejado en nuestras conclusiones.

Los sistemas sociales y culturales determinan en parte la elección de las palabras que la gente usa, los propósitos que tiene para comunicarse, el significado que da a ciertos vocablos, su elección de receptores, los canales que utiliza para uno u otro tipo de mensaje, etc.

Hemos dicho que la posición de la fuente (Sacerdote) en un contexto social y cultural habrá de afectar en forma general su conducta en la comunicación.

En resumen, existen por lo menos, cuatro clases de factores que operan en la fuente (Presbítero). Cada uno de estos factores afecta su conducta en la comunicación, su propósito, sus mecanismos de encodificación, sus mensajes. Y cada uno de ellos afecta también la forma en que el receptor habrá de responder a sus mensajes. Los factores de la fuente para ser reconocida como líder son entonces:

1. Habilidades comunicativas (dicción, tono de voz, facilidad de palabra)
2. Actitudes (articulaciones y gesticulaciones)
3. Nivel de Conocimiento (educación, experiencia)
4. Sistema socio-cultural (orígenes)¹²⁶

Cuando nos desempeñamos como fuente de comunicación, cuando observamos a otras personas haciendo de fuente, necesitamos tomar en cuenta cada uno de estos cuatro factores para poder comprender por qué una fuente de comunicación actúa en forma en que lo hace y por qué es efectiva o no al comunicar sus propósitos a los demás.

¹²⁶ NIGHTINGALE, Virginia, *El estudio de las audiencias, impacto de lo real*, Paidós, 1972 pp. 40

3.4 LA MISA

La Misa es el objeto central, primordial, de la liturgia católica.

En primer lugar, la Iglesia no se contenta con que participemos en el santo sacrificio con una oración de corazón; quiere que todo nuestro ser alabe a Dios.

Por eso exige a los fieles, como al Sacerdote, una actitud especial del cuerpo. A su manera, las manos que se unen, las rodillas que se doblan, las frentes que se inclinan, etc.

Aun en la sequedad espiritual, siempre es posible mostrar la sumisión y el respeto personal hacia Dios con la actitud del cuerpo; así reducida, la oración conserva un auténtico valor.

Si examinamos las oraciones que el Sacerdote dirige a Dios durante la misa, observamos evidentemente múltiples alusiones al cuerpo de Nuestro Señor.

La Misa es la reunión de la comunidad católica, pero, antes que nada, es la actualización, en presencia real y solemne, de Jesús entregado en cruz.

Entonces, todo el significado de la santa Misa es "llevar a su colmo la *promesa* de Dios a su pueblo. Ya no se trata de tierra prometida, de libertad política, de prosperidad económica, de curar las 'fragilidades' temporales del pueblo, sino de entregarnos sin más su propia Vida. Una Vida más allá de nuestra condición humana de pecado y de muerte" (Mc. 14,12-16.22-26)

Es por esto que la Misa es considerada como el acto más importante de la religión Católica, porque, como ya habíamos mencionado, es la renovación y perpetuación del sacrificio de Cristo en la cruz.

En la Misa este sacrificio se reactualiza. Sacrificio que hizo Jesucristo a su Eterno Padre en el calvario, para que por sus méritos infinitos nos perdone a los hombres nuestros pecados, y así podamos entrar en el cielo.

La Misa es celebrada por cuatro fines:

1º Para adorar a Dios dignamente. Todos los hombres estamos obligados a adorar a Dios por ser criaturas suyas. La mejor manera de adorarlo es asistir debidamente al Santo Sacrificio de la Misa.

2º Para arrepentirnos por nuestros pecados y de todos los cristianos vivos y difuntos.

3º Para dar gracias a Dios por los beneficios que nos hace.

4º Para pedir nuevos favores del alma y del cuerpo, espirituales y materiales, personales y sociales.

Cuando asistimos a Misa, lo primero que hacemos es una "*Reunión*", que significa IGLESIA - ECLESIA - del griego = Asamblea Reunida. Todos se reúnen. Antiguamente, la preparación para la reunión de todos los que se congregaban para una celebración, se hacía con una procesión solemne¹²⁷.

La Misa se desarrolla principalmente en dos partes: la primera que es la liturgia de la palabra y la segunda que es la liturgia eucarística.

La liturgia de la Palabra, que es con la que inicia la Misa a su vez consta de tres partes principales: las lecturas, la homilía y la oración de los fieles.

1. Las Lecturas

Este es el momento en el que conocemos la Palabra de Dios. Hay tres lecturas durante la Misa:

La primera lectura. Se toma del Nuevo Testamento y nos sirve para entender muchas de las cosas que hizo Jesús.

¹²⁷ Otras fuentes: Tesoro de la Oratoria Sagrada; Primera Parte, Diccionario Apostólico. 2ª edición Tomo I, R.P. Ramón Buldú pp. 9

Después de la primera lectura se lee o canta un salmo tomado del Libro de los Salmos del Rey David con el que alabamos a Dios.

La segunda lectura. Se toma del Nuevo Testamento, ya sea de los Hechos de los Apóstoles o de las cartas que escribieron los primeros apóstoles. Esta segunda lectura nos sirve para conocer cómo vivían los primeros cristianos y cómo explicaban a los demás las enseñanzas de Jesús. Esto nos ayuda a conocer y entender mejor lo que Jesús nos enseñó. También nos ayuda a entender las tradiciones de la Iglesia.

Después de la segunda lectura se canta el Aleluya, que es un canto alegre que recuerda la Resurrección.

El Evangelio. Se toma de alguno de los cuatro Evangelios de acuerdo al ciclo litúrgico y narra una pequeña parte de la vida o las enseñanzas de Jesús. Es aquí donde podemos conocer cómo era Jesús, qué sentía, qué hacía, cómo enseñaba, qué nos quiere transmitir. Esta lectura la hace el sacerdote o el diácono.

2. La Homilía

En este momento de la Misa, el sacerdote explica el significado de las tres lecturas y su aplicación en nuestras vidas.

3. La Oración de los fieles

En este momento nos unimos a las personas que están en Misa para pedir juntos y en voz alta a Dios por las cosas que nos interesan a todos: el Papa, los enfermos, los muertos, los pobres, etc. Debemos aprovechar ese momento para pedirle a Dios interiormente también por lo que nosotros en particular necesitamos. Con esta oración se acaba la Liturgia de la Palabra, para pasar a la Liturgia Eucarística.

La Liturgia Eucarística también se divide en tres partes:

1. El Ofertorio

En esta parte de la Misa, se llevan las ofrendas, el pan y el vino al altar y el sacerdote se las presenta a Dios ofreciéndoselas para que se conviertan en el Cuerpo y Sangre de Cristo. Debemos aprovechar este momento para ofrecerle a Dios nuestra vida, nuestros propósitos e intenciones, nuestro amor nuestras cualidades, para que Él las santifique y sirvan para el bien de la Iglesia. Es el momento de ofrecerle interiormente un nuevo esfuerzo por alcanzar aquello que me he propuesto espiritualmente y humanamente. Estamos sentados.

2. La Consagración

Es el momento más solemne de la Misa; en él ocurre el misterio de la transformación real del pan y el vino en el Cuerpo y Sangre de Cristo. Dios se hace presente ante nosotros para que podamos estar muy cerca de Él. Es un misterio de amor maravilloso que debemos contemplar con el mayor respeto y devoción. Debemos aprovechar ese momento para adorar a Dios en la Eucaristía. Estamos de rodillas.

3. La Comuni3n

Significa "común unió3n". Al acercarnos a comulgar, además de recibir a Jesús dentro de nosotros y de abrazarlo con tanto amor y alegría, nos unimos a toda la Iglesia en esa misma alegría y amor.

CAPÍTULO 4 EL PAPEL DEL CATÓLICO FRENTE A LA HOMILÍA

En éste, hablamos primero de que es la Homilía, de su efecto persuasivo que precisa a que los feligreses (receptores) actúen como se estipula en las normas eclesiásticas según la palabra de Dios, los pasajes de Jesucristo impresos en la Biblia y acorde a la Iglesia estructurada por el hombre.

Para finalizar analizamos, con respecto a la observación sistemática que se empleó para efectos de esta investigación, el rol del fiel frente a la homilía y que actitudes toma durante la misma.

4.1 LA HOMILÍA Y SU EFECTO PERSUASIVO

La palabra Homilía, proviene de las raíces Etimológicas del griego, *homilein*, que significa dirigirse. Es un discurso familiar ante los miembros de una comunidad cristiana, su fin es explicar el significado de los textos sagrados y darles aplicación práctica moral y espiritual, exponiendo a partir de esto los misterios de la fe y las normas de la vida cristiana. Junto a ella la predicación temática conocida como *sermón* desarrolla el contenido de la revelación del texto de modo libre, aunque esta libertad frente al pasaje bíblico puede y debe ir unida con un profundo contenido católico espiritual.

El objetivo central de la homilía es hacer que los feligreses vivan la fe que Dios les ha conferido y que actúen a su semejanza para poder alcanzar el reino de los cielos, en otras palabras, la homilía tiene un solo fin: persuadir, ya que con la emisión de esta se intenta que los feligreses lleven a cabo una edificación espiritual del Cuerpo de Cristo que se traduzca en la preocupación perpetua del bien común, es decir por su prójimo, que estos tomen una conciencia real sobre sus actos y que lo que se dijo en la homilía sea cumplido por la asamblea en su totalidad.

Así que podemos hablar de una comunicación persuasiva que maneja el Sacerdote para encaminar a los creyentes hacia la conversión y compromiso con Dios.

"La Comunicación Persuasiva es la que lleva a cabo un individuo con la intención consciente de cambiar la conducta de otro individuo o grupo mediante la transmisión de un mensaje"¹²⁸

Hablar de persuasión, es hablar también de la influencia por parte del Sacerdote como emisor del mensaje, y de las actitudes que pueden tener los feligreses a partir de haber decodificado y asimilado ese mensaje (esto dependerá de que tan bien se haya logrado el proceso de la comunicación)

¹²⁸ K. BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*. El Ateneo, 1960, pp. 226

El modo en que procesemos la información recibida va a determinar el grado de eficacia del mensaje persuasivo. Una vez que recibimos un mensaje podemos hacer dos cosas con él: analizarlo en profundidad o considerarlo sólo de forma superficial. Estos 2 últimos casos son los que nos van a ayudar a deliberar si cumplimos o no como católicos con el mensaje dominical que Dios nos envía a través del Sacerdote.

Al hablar de las actitudes que la asamblea pueda tener frente al Presbítero, estas dependerán siempre como ya se menciono anteriormente de la empatía, y en este punto del estudio también podemos mencionar dos características más que pueden influir en un cambio de actitud que son: La credibilidad y el atractivo que denote el emisor.

Hoy en día estos 2 factores son decisivos para que un persuasor logre su fin:

1. La credibilidad de una fuente depende básicamente de la competencia y
2. La sinceridad con que es percibida.

La competencia se refiere a si el receptor considera que la fuente tiene conocimiento y capacidad para proporcionar información adecuada. "La competencia con que una fuente es percibida depende, a su vez, de numerosas características, entre ellas: educación, ocupación y experiencia, fluidez en la transmisión del mensaje, posición defendida por el emisor, así como que sea percibida como carente de afán de lucro"¹²⁹.

En la actualidad las fuentes más atractivas a los ojos de la asamblea poseen un mayor poder persuasivo, lo cual puede deberse a diversas razones, en este caso no hablamos del aspecto corpóreo sino de un aspecto físico que sea confiable, que emita paz.

En primer lugar, una fuente atractiva puede determinar que se le preste atención al mensaje; en segundo lugar, el atractivo de la fuente puede influir en la fase de aceptación; en tercer lugar, el atractivo puede incrementar la credibilidad de la fuente.

¹²⁹ ROGER, Ailes. *Tú eres el Mensaje*, ed. Paidós, 1982, pp. 150

De acuerdo con lo analizado, existen tres distintas fases en el proceso persuasivo: discontinuación, conversión y disuasión.

- "Fase de discontinuación: Ocurre cuando el persuasor, en este caso el Sacerdote (emisor) enfrenta a un público hostil a su posición y recurre a la estrategia de comunicación, que consiste en reducir la hostilidad para que el auditorio escuche al emisor y dude sobre sus creencias, de manera que se abra a las que defiende el persuasor.
- Fase de conversión: Es la etapa en la que se intenta convencer a los incrédulos, informar a los desinformados o motivar a los apáticos mediante técnicas específicas de persuasión. El objetivo del emisor es cambiar la actitud del receptor.
- Fase de disuasión: Etapa en la que se refuerzan e intensifican las actitudes y conductas de la gente"¹³⁰ .

Esta investigación se apoya en las dos últimas fases de la persuasión, ya que por una parte se intenta influir en el comportamiento de los feligreses y por otra se refuerza la creencia católica que los feligreses profesan en el momento en que escuchan la Homilía.

También podría orientarse a lograr que la familia católica se comprometa profundamente con determinado tema, que sería la culminación de la palabra de Dios convertida en acción viva por parte de los feligreses.

No hay pautas que indiquen lo que se necesita para ser un líder carismático; sin embargo, la investigación de la comunicación proporciona algunas sugerencias sobre cómo mejorar las habilidades persuasivas de la gente al centrarse en variables como la credibilidad de la fuente y su efecto en el éxito de la persuasión, la atracción y la empatía entre la fuente (Sacerdote) y el receptor (la asamblea), y como consecuencia de ello que se dé el determinante de la eficacia o fracaso de los mensajes persuasivos.

¹³⁰ A.C, Leyton. *Dinámica de las Comunicaciones*, ed. Anaya, 1968, pp. 235

La credibilidad, es el medio más poderoso de la persuasión. La credibilidad de la fuente podría ser la única y mejor forma de predecir el éxito persuasivo. Esta la confiere el receptor, es decir los feligreses.

Según algunos documentos analizados para efecto de esta investigación, se han hecho varios estudios sobre las características de un comunicador creíble; y estos han señalado que la gente considera al menos cinco características independientes acerca de una fuente, las cuales contribuyen a determinar su credibilidad en ella. Estas características que determinan la credibilidad de la fuente son:

- El conocimiento del tema por parte de la fuente y su capacidad para exponerlo.
- La honestidad de la fuente¹³¹
- La habilidad para permanecer sereno
- La sociabilidad, que es el atractivo básico del comunicador.
- La extroversión, es decir, si el emisor es abierto o tímido en las tareas de la comunicación a la hora de transmitir el mensaje, en este caso el evangelio.

No existe una respuesta simple a la pregunta de cómo un comunicador u orador¹³² puede lograr que su auditorio perciba determinado carácter en él.

Muchos emisores a los que se les considera "buenos oradores" no son más capaces o más honestos, sólo son capaces de mantener la compostura al defender una posición.

Los comunicadores que proyectan empatía con sus oyentes son más eficaces en diversas situaciones. Por lo común la gente prefiere a quienes demuestran que son agradables los respetan, y se comunican más con ellos.

¹³¹ Según la encuesta del Instituto Mexicano de la juventud aplicada en el año 2000 sobre la confianza y credibilidad en personajes como líderes sindicales, miembros de organizaciones ciudadanas, judiciales, médicos, maestros, jueces, políticos, defensores de los derechos humanos, policías, militares, empresarios y sacerdotes. Resultó que del total de jóvenes encuestados entre hombres y mujeres de 15 a 29 años en Michoacán afirmaron confiar el 74.6% en la figura del sacerdote siendo rebasado este por la profesión del médico que resultó de 75.30% el nivel de credibilidad, contra el 7.8% que negaron su confianza al presbítero y 4% quienes mostraron su desconfianza por los médicos.

¹³² La diferencia entre un comunicador y un orador es que el comunicador es una persona que tiene como profesión el hacer eficiente la transmisión de un mensaje a un público objetivo por un medio masivo, es decir es un difusor de la opinión pública y un orador es aquel cuyo fin es persuadir a un auditorio para que las personas tomen decisiones y actúen a voluntad, valiéndose de un discurso preparado por el mismo.

Una persona que es sociable y se acerca a otras en forma amistosa, incluso alegre, tiene más probabilidades de atraer la atención de la gente y mantenerlos interesados en diversos temas.

El comunicador que no es tímido, sino agresivo y enérgico en las situaciones de comunicación, es considerado extrovertido¹³³.

Por lo regular se concede más credibilidad a las personas extrovertidas hasta cierto grado, pero no tan agresivas que dominen por completo a los receptores y los hagan sentir como una parte innecesaria del proceso de comunicación.

En consecuencia debe existir un equilibrio entre el parecer demasiado extrovertido y, por tanto, muy dominante, y ser introvertido, y por consiguiente aburrido y tedioso para su asamblea.

Un factor que también es importante es la atracción del comunicador por la tarea a elaborar, ya que la comunidad puede decidir interactuar con ciertas personas por el respeto a su habilidad para realizar un trabajo, esto implica que exista cierta aptitud en dichas personas para cambiar actitudes y conductas.

Es decir, si el orador es atractivo por alguno de los factores antes mencionados, tiende a ser más eficaz como persuasor.

Es este el caso, en donde nuestra investigación se refiere a la religiosidad de las personas y el papel de estas frente a la homilía. Es necesario tomar en cuenta la similitud, ya que es ineludible determinar si el emisor que posee atributos similares a los de su público es más o menos eficaz¹³⁴.

¹³³ Un claro ejemplo fue el Papa Juan Pablo II (q.p.d) Karol Józef Wojtyła, quien al inicio de su Pontificado la Santa Sede tenía relaciones diplomáticas con 84 estados consiguiendo aumentarlas a 173 y logró acercamientos con líderes de religiones tales como la judía, musulmana, ortodoxa y tibetana (a través del Dalai Lama), entre otras.

¹³⁴ Es cierto que la iglesia no coloca a los Sacerdotes al gusto de los feligreses, pero la empatía se muestra de manera fehaciente si el creyente se siente identificado con el Sacerdote, en este caso será habilidad del Presbítero de adecuarse sin actuar al modo o carácter del feligrés en determinada circunstancia del encuentro.

Las características en las que un emisor y un receptor pueden ser similares incluyen la edad, educación, identidad cultural o étnica y posición socioeconómica así como creencias, opiniones y valores.

En cambio sí existe gran diferencia entre la fuente y el receptor, quien desee un persuasor óptimo deberá compensar las diferencias percibidas.

Una forma de compensar consiste en comunicarse con el receptor desacorde, lo cual puede incrementar la atracción y demostrar más similitudes de las que previamente se pensó que existían. Para este fin también es útil que la fuente sea comprensiva con el receptor, es decir, que sea capaz de comprender la mentalidad de este y adecuar su mensaje a él. Un comunicador hábil trabajara para reducir las diferencias cuando estas sean un obstáculo para influir en otros, a la vez que señalara las diferencias en conocimientos o capacidad que le sean favorables con el fin de que el público adopte la posición deseada.

Por otro lado, se ha prestado poca atención al poder que ciertas personas ejercen sobre otras.

Aunque las bases del poder son contingentes en relación con las necesidades de la asamblea en una situación determinada, es posible identificar cuatro tipos generales de poder que operan en situaciones en las que se logra la sumisión:

1. El poder legítimo, que es la autoridad que tiene una fuente por la naturaleza de su posición.

Las personas con cierta jerarquía en las organizaciones tienen el derecho a determinar la conducta de otros, esto ocurre cuando el sacerdote al momento de la Homilía difunde la palabra de Dios y delimita a los feligreses a actuar según esta enseñanza.

2. El poder compensativo; es la capacidad de una fuente de ejercer influencia sobre otros por medio de recompensas materiales o sociales.

3. El poder coercitivo; es el que se ejerce cuando se pide a alguien que haga algo por nosotros.

4. El poder del experto; es el que se ejerce cuando la fuente tiene más conocimientos o mayor experiencia que el receptor y, por tanto, puede influir en los demás ¹³⁵

El poder que en esta investigación nos importa por su naturaleza y carácter es el poder legítimo, aunque para su comparación hayamos mencionado las principales características de los demás.

Las condiciones principales que aumentan el uso del poder legítimo en los intentos de persuasión son dos: a) la capacidad percibida de que la fuente puede en realidad aplicar subjetivamente ciertos criterios para ejercer control y otorgar recompensas; b) la capacidad de convocatoria de una fuente para unir voluntades y grupos y con ello lograr más fuerza y poder.

¹³⁵ K. Berlo, David. *El Proceso de la Comunicación*. El Ateneo, 1960, pp. 241

4.2 ACTITUDES DE LOS CREYENTES FRENTE A LA HOMILÍA

"Que le sigan", no en el sentido de estar dispuestos a reconocer como ejemplar su figura de Maestro, sino en el sentido, mucho más profundo, de negarse a sí mismos, con esta reflexión Luís Maldonado expresa en su libro "La Homilía; predicación, Liturgia y comunidad que se le debería seguir a Jesús, pues establece que la figura y la palabra del Maestro tienen una significación decisiva para la salvación, de suerte que el gran tema del individuo es la adecuada y justa relación con él.

En la Homilía se nos invita a que nos conduzcamos con bien, que prediquemos la paz con nuestros actos y que amemos a nuestro prójimo como a nosotros mismos, es por eso que Jesús exige que el hombre se pronuncie por El, tanto interna como externamente, y hace que depende de ello la salvación eterna.

Cuantas veces por tradición no se nos ha inculcado el temor a Dios, y que incluso el desobedecerlo sería motivo suficiente de castigo siendo condenados a vivir en el infierno, pero Jesús no solo exige, sino que ama, y el llamamiento que dirige al hombre es el amor. A este amor debe corresponder también amor por parte del hombre; no solo amor al "bien" o a "Dios", sino a Jesús vivo.

Así dice El mismo: "Si me amáis, guardareis mis mandamientos" (Jn 14,15); sus mandamientos son los de Dios.

Quien los cumple penetra en la existencia amorosa de Dios: "En aquel día conoceréis que yo estoy con mi Padre y vosotros en mí y Yo en vosotros. El que recibe mis preceptos y los guarda ese es el que me ama; el que me ama a mí será amado de mi Padre, y yo le amare y me manifestare a él". Con estas palabras los creyentes deberíamos de ser lo suficientemente sensibles como para guardarlas en nuestro corazón y recordarlas al momento de encontrarnos en una situación difícil que requiera despojarnos de intereses mundanos.

Para efectos de esta investigación a continuación mostramos algunos datos en tablas de los resultados que arrojó en el 2002 la Encuesta Nacional de la Juventud, aplicada a jóvenes michoacanos de entre 15 y 29 años, para darnos una idea de la influencia real que la Iglesia y sus ministros, en este caso los sacerdotes ejercen en ellos, haya sido en el momento de su preparación a la vida cristiana (catecismo) o en La Iglesia, en misa.

Influencia de las creencias religiosas sobre las actitudes

Sexo	Creer o no creen	El alma	El infierno	Los milagros	La virgen de Guadalupe	El pecado	Los horóscopos
Hombres	Sí	91.6%	69.7%	88.7%	92.6%	84.7%	20.9%
	No	8.4%	30.3%	11.3%	7.4%	15.3%	79.0%
	No especificado	----	----	----	----	----	0.1%
Mujeres	Sí	92.2%	67.2%	93.1%	94.3%	91.4%	26.4%
	No	7.8%	32.8%	6.9%	5.7%	8.5%	73.5%
	No especificado	0.1%	----	----	0.0%	0.1%	0.1%
Totales	Sí	91.9%	68.3%	91.1%	93.5%	88.3%	23.8%
	No	8.1%	31.7%	8.9%	6.4%	11.7%	76.1%
	No especificado	0.0%	----	----	0.0%	0.1%	0.1%

FUENTE: IMJ-CIEJ, Encuesta Nacional de Juventud 2000, México 2002

Creencias religiosas de los jóvenes.

Sexo	Influencia	Tus actitudes sobre la sexualidad	Tus preferencias hacia un partido o candidato	Tus actitudes hacia el trabajo	Tus actitudes respecto a problemas sociales
Hombres	Sí	15.7%	5.9%	23.7%	19.0%
	No	80.4%	90.9%	73.2%	76.6%
	No contestó	3.9%	3.1%	3.1%	4.4%
Mujeres	Sí	18.8%	6.5%	25.5%	21.0%
	No	75.6%	89.1%	70.5%	74.1%
	No contestó	5.5%	4.4%	4.0%	4.9%
Totales	Sí	17.4%	6.2%	24.6%	20.1%
	No	77.9%	90.0%	71.8%	75.2%
	No contestó	4.8%	3.8%	3.6%	4.7%

FUENTE: IMJ-CIEJ, Encuesta Nacional de Juventud 2000, México 2002

Como pudimos observar los resultados mostrados en estas encuestas revelan un bajo porcentaje de influencia en aspectos de la vida cotidiana, contrario a lo que se muestra en cuanto al aspecto mítico o divino, lo que nos conduce a concluir que hay algo que está fallando en el mensaje o en la forma de transmitir el mensaje principalmente hacia este segmento.

Por otro lado, encaminándonos al subtítulo señalado, a lo largo de toda la misa se puede observar una actitud religiosa por parte de los fieles. Por la observación directa podemos establecer tres aspectos básicos en la actitud o postura religiosa del ser humano:

*Primero: El aspecto estructural de la actitud religiosa (catequesis, enseñanza por parte de los padres)

*Segundo: Formas de expresión de la actitud religiosa (orar, cantar)

*Tercero: Acciones religiosas específicas (persignarse, reverencias)¹³⁶

¹³⁶ PAREJA, Herrera. *El Fenómeno Religioso: Una comprensión fenomenológica existencial para el desarrollo humano*, Tesis Universidad Iberoamericana, México 1998, pp. 19

Cuando se habla de actitud religiosa se está aludiendo a una dirección y a un término u objeto. ¿Cuál es el término de actitud religiosa? Podemos establecer que el término está en el área de lo sagrado, es esa realidad trascendente, a la cual denominamos "el Misterio". Éste es el punto central, el origen y el final.

¿Qué es un acto religioso? Un acto religioso es tal, en la medida en que tiene una relación con el término de la actitud, es decir, con el Misterio. "El Misterio es para el ser humano el termino al que se dirige su existencia"¹³⁷

Finalmente, la actitud religiosa conlleva dos notas características que la constituyen. Por un lado, la actitud religiosa muestra al ser humano en un nivel de conciencia diferente, es decir totalmente sagrada o divina. En ese nivel de conciencia el Misterio se presencializa como una experiencia de trascendimiento y por el otro lado, la actitud religiosa muestra al ser humano en búsqueda de la salvación o liberación.

La experiencia de plenitud en relación con el misterio o la actitud religiosa, no consiste en ofrecer de modo integral lo que ofrecen los esfuerzos humanos, la acumulación de bienes y las actividades transformadoras del ser humano. La salvación o liberación religiosa nunca sustituye al conjunto de bienes humanos ni estos pueden equivaler, por sustitución, a la liberación o salvación religiosa.

El fenómeno religioso muestra la actitud religiosa como su aspecto subjetivo y muestra a la actitud que se hace real por medio de acciones religiosas concretas. Las acciones religiosas concretas son manifestaciones de la actitud y la encarnan.

Así el objetivo principal de la homilía es ser encarnada por los creyentes, los participantes en la liturgia, eucaristía y los sacramentos, es decir aquellos que se comunican con Dios y entienden el dolor divino al que fue sujeto Jesucristo.

¹³⁷ GONZÁLEZ, Morfín Adalberto. *Jesucristo Palabra y Palabra de Jesucristo*, Jus, 1962, pp. 187

Es por esto que, la participación de los fieles laicos en la celebración de la Eucaristía, y en los otros ritos de la Iglesia, no puede equivaler a una mera presencia, más o menos pasiva, sino que se debe valorar como un verdadero ejercicio de la fe y la dignidad bautismal.

Las actitudes de los creyentes frente a la homilía van a estar condicionadas por varios aspectos que solo podrán ser emitidos por el Sacerdote. Si este no experimenta una vivencia íntima sobre lo que está exponiendo en el mensaje no podrá hacer vibrar a la asamblea de creyentes y por consiguiente el interés se volcará a otras preocupaciones que estos estén experimentando en las circunstancias de su vida.

Para finalizar con este tema, nos gustaría enfatizar que las actitudes y el rol que poseen los creyentes en el momento de la Homilía, la religiosidad que ejercen en este momento central de la celebración, es o debería ser vivida con plenitud al experimentar el sentimiento y la vibración en nuestras fibras más afectivas con la palabra de Dios puesta en la boca del evangelizador.

5. ESTUDIO DE CASO

200 encuestas se aplicaron de manera aleatoria de las cuales 131 fueron empleadas a mujeres y 69 a hombres. Todos ellos integraron la muestra del universo de feligreses que se reúnen dominicalmente en la Iglesia de la Ascensión del Señor, ubicada en Galaxias esquina con Celeste y Ave. Cosmos, en el fraccionamiento Cosmos.

La Parroquia Ascensión del Señor tiene una extensión de 1,200 mts², la cual puede alojar hasta 500 feligreses (parados y sentados), ya que la asistencia dominical aproximada a misa es de 350 personas, esto se mide de acuerdo al número de sillas que son colocadas en la iglesia para celebrar las misas, ya que aun el mobiliario no cuenta con bancas.

La encuesta fue aplicada en 2 tiempos, esto para obtener resultados fehacientes y evitar la predisposición que pudiera entorpecer el resultado de lo que se pretendía estudiar, en este caso la opinión clara y abierta de los feligreses respecto a la homilía, al sacerdote y a su influencia.

Por otro lado era inminente la participación de la otra parte de actores que conforman este circuito de comunicación que estudiamos en este proyecto, los presbíteros. Como responsables de emitir la palabra de Dios, su capacidad comunicativa es un deber o debería serlo.

En un principio pensamos involucrar a un número considerable de sacerdotes que por su jerarquía en la Arquidiócesis de Morelia y por su conocimiento en el tema debido al puesto desempeñado en la misma hubieran sido de gran valor para el soporte de esta tesis, sin embargo, al final fueron 4 las entrevistas que exitosamente pudimos obtener

Para poder contextualizar los resultados arrojados por las encuestas a este documento de manera que se muestren de una forma ordenada y para su mejor comprensión, segmentamos las edades de la muestra de 10 en 10, comenzando por la edad de 20 años en adelante.

A continuación representamos gráficamente los resultados de nuestras encuestas para detallar al final de las mismas la información que de ellas emana.

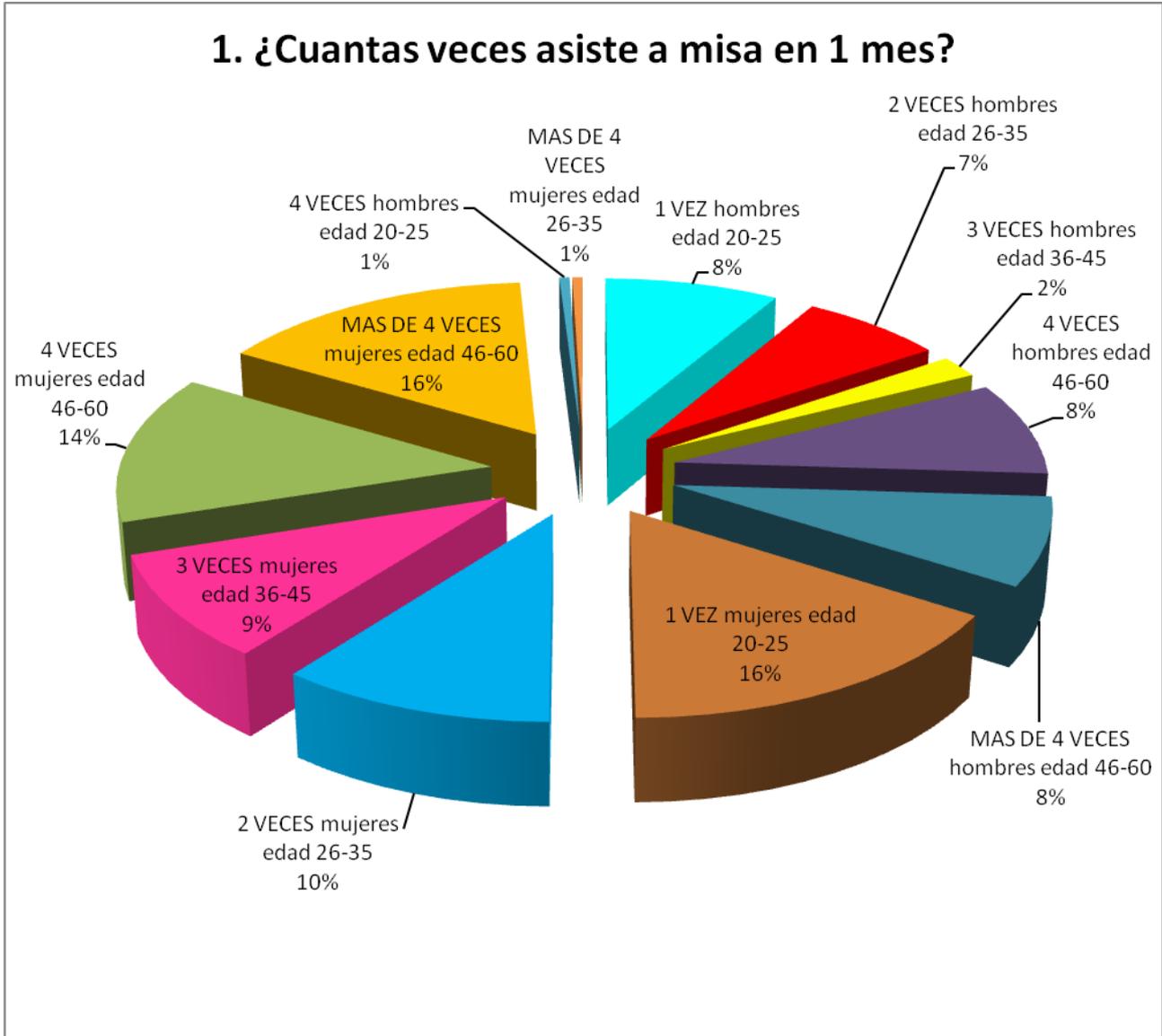
Recordemos, que las primeras 4 preguntas fueron formuladas antes de iniciar la celebración eucarística y las últimas 4, al final de la misma.

Las gráficas fueron diseñadas para que el lector pueda visualizar en el costado izquierdo la coordenada lineal que muestra un conteo ascendente de 5 en 5 de las personas que contestaron a determinada pregunta, detallando dentro de la gráfica, las barras a colores para poder identificar el dato que se describe en el costado derecho de la misma.

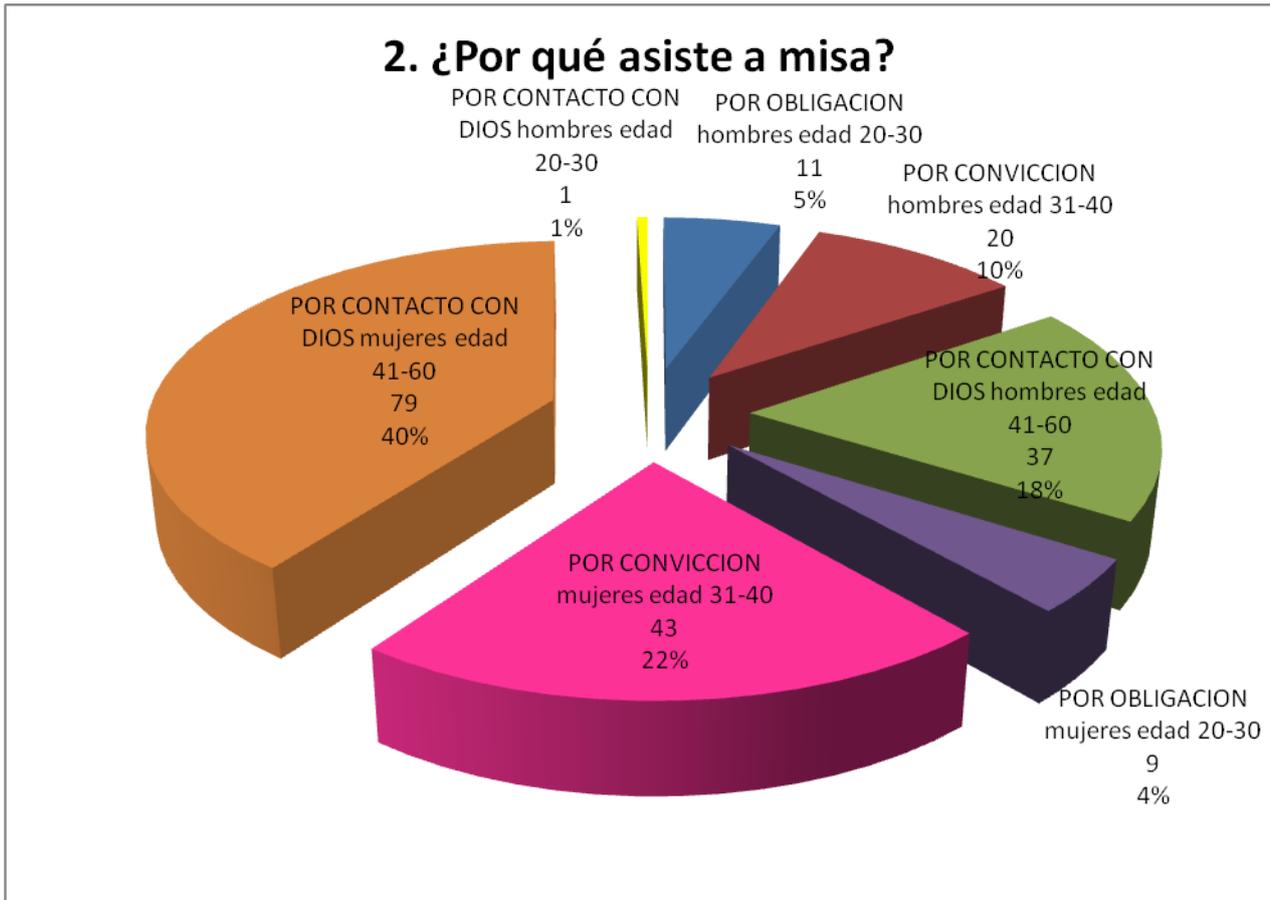
En la parte inferior del gráfico hemos interpretado el dato más sobresaliente para nuestro estudio.

GRAFICAS DE ENCUESTAS

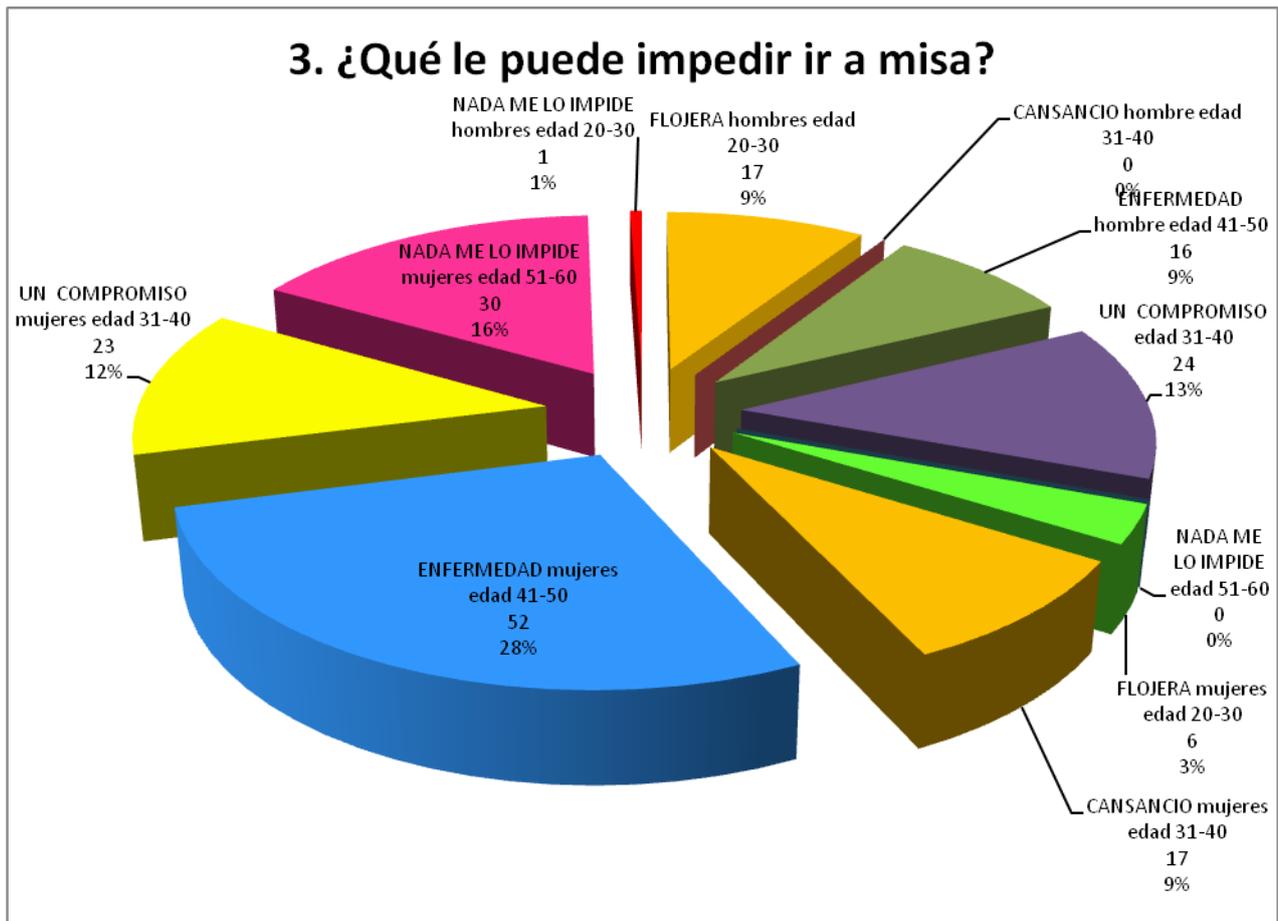
1a parte de encuesta



Aquí podemos observar que el porcentaje de asistencia a misa es mayor en mujeres y hombres de edades entre los 46 y 60 años, ya que suman el 46% de gente que contestó asistir 4 veces o más al mes a misa, mientras que el otro 54%, conformado en su mayoría por jóvenes aseveró asistir de 1 a 3 veces a misa.

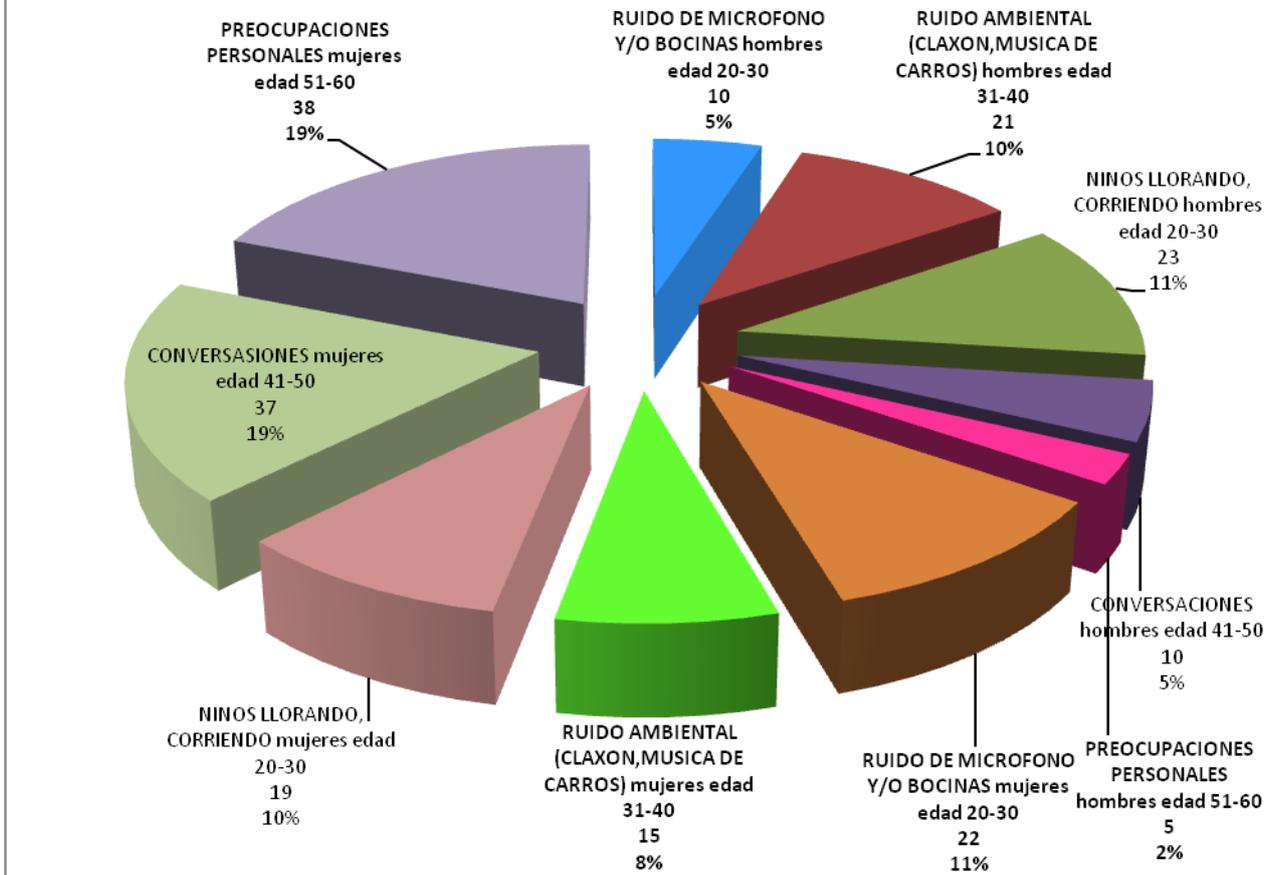


En este gráfico, es importante resaltar que sólo un 1% de jóvenes que oscilan entre los 20 y 30 años de edad, de sexo masculino, señaló asistir a misa por convicción, contra el 9% de jóvenes de ambos sexos y de la misma edad que reconoció celebrar misa por obligación.



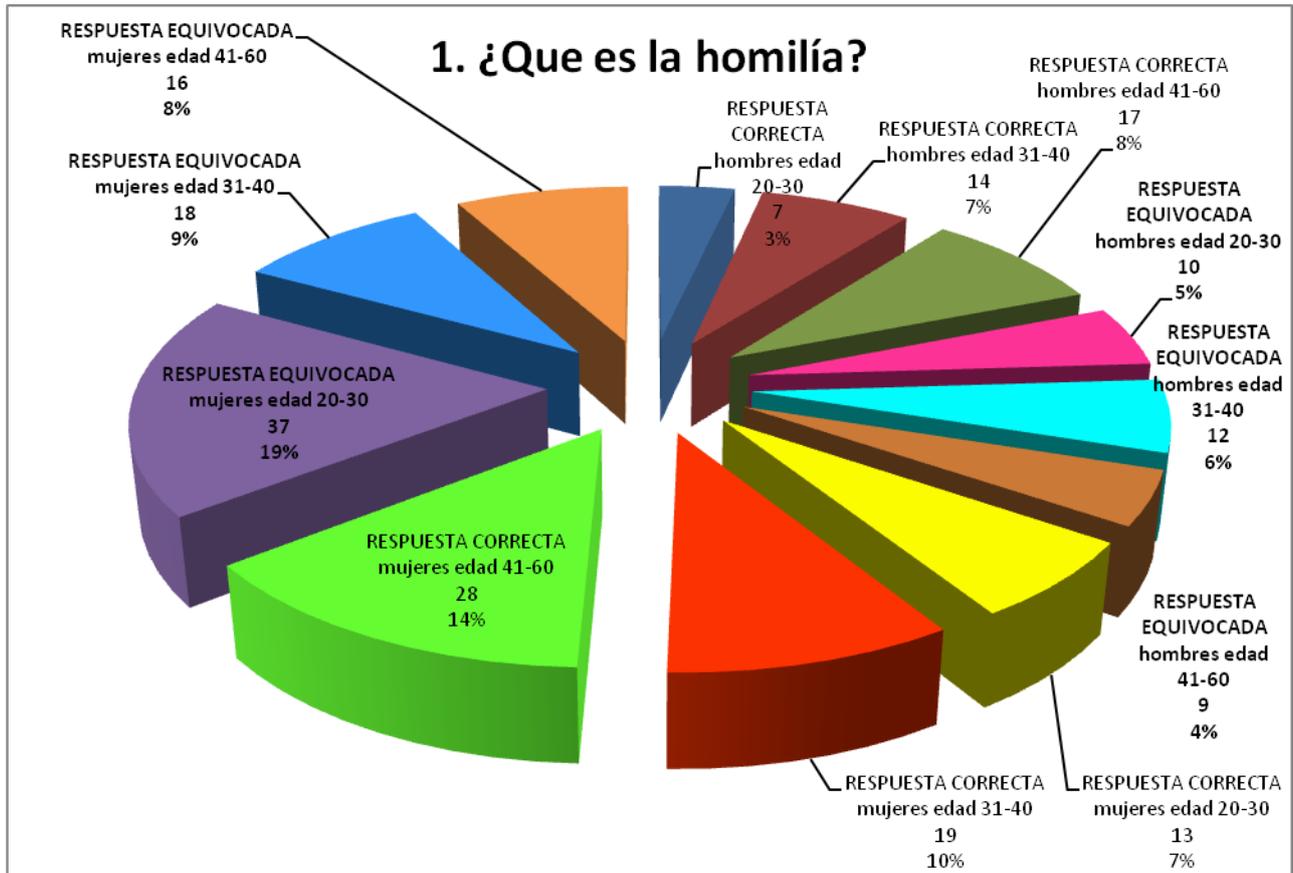
El gráfico nos muestra que sólo 30 personas, de las 131 mujeres encuestadas y del 16% de aquellas entre 51 a 60 años de edad, dijeron no faltar por ninguna razón a la celebración de la misa todos los domingos, mientras que el 84% restante de ambos sexos en todos los segmentos de edades (20-30, 31-40, 41-50 y de 51 a 60) dijeron faltar a misa por cualquiera de las situaciones expuestas.

4. ¿Qué le puede distraer fácilmente en misa?



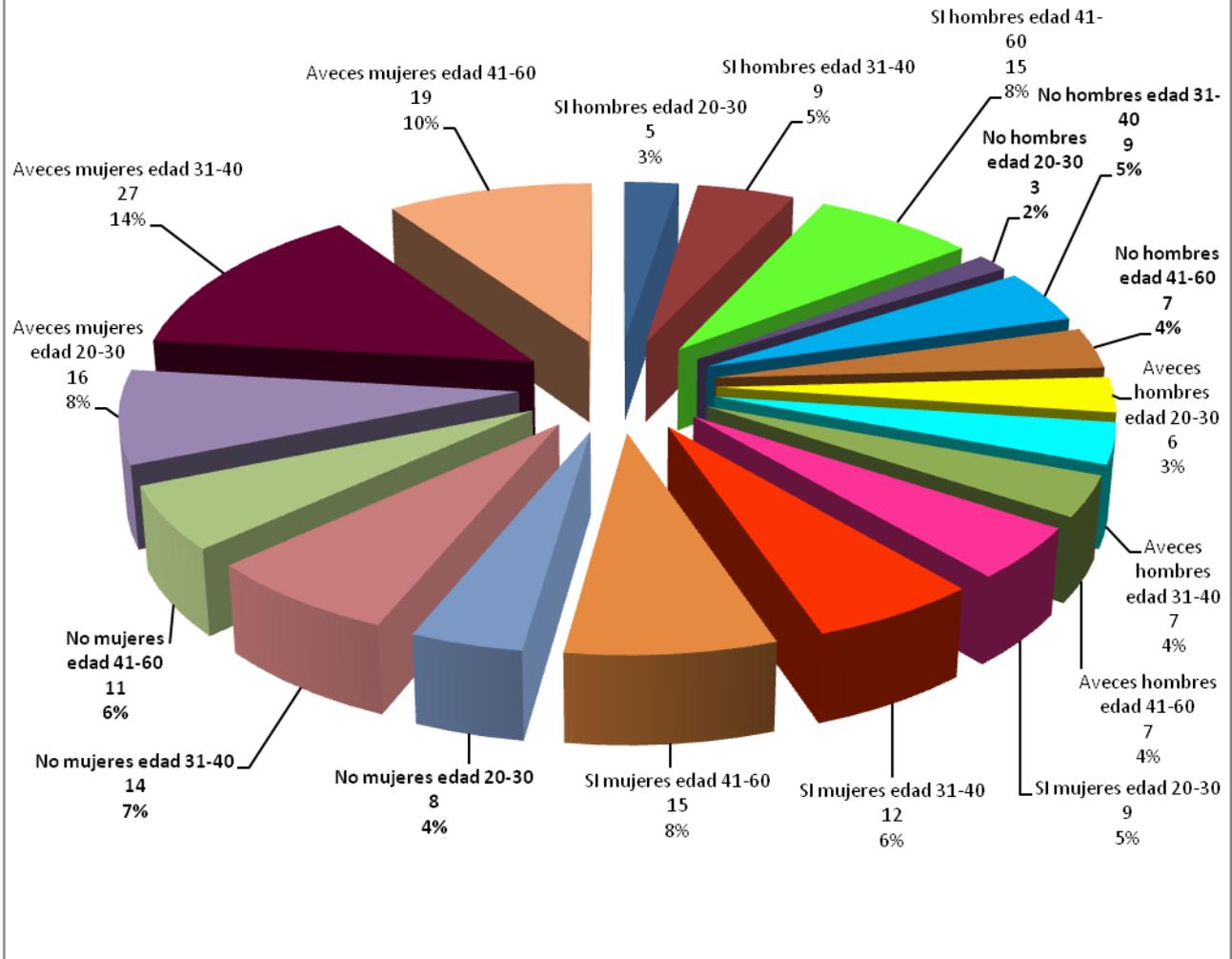
Este gráfico es uno de los más importantes para nuestra investigación, debido a nuestro planteamiento del problema, ya que claramente podemos observar que 111 personas que representan el 55.5%, de ambos sexos, reconocieron que la deficiencia en el audio de la Parroquia, el ruido ambiental y las preocupaciones personales son motivos suficientes para distraerse en la celebración de la misa.

2ª Parte de la encuesta



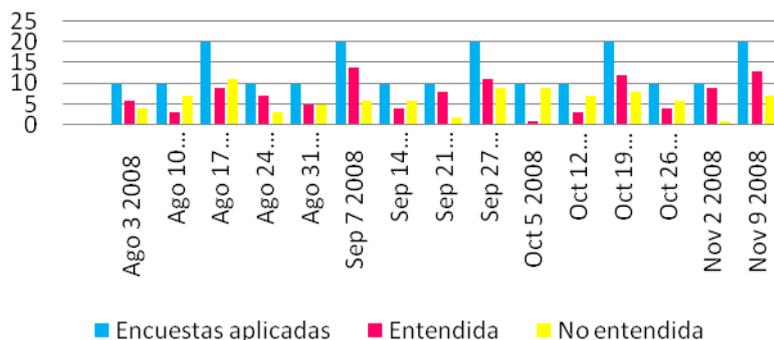
Observamos que el 51% de las personas (hombres y mujeres de todas las edades) que asisten a misa no saben lo que es la Homilía. Entre ellas el segmento de mujeres y hombres de 20 a 30 años que fueron los que menos tenían idea representados por el 24% del total de los encuestados.

2. ¿Al salir de misa recuerda de que trató la Homilía?



El 28% de los encuestados admitió no recordar la Homilía al salir de misa, lo que supone relacionar esta pregunta con la anterior, ya que si el feligrés no tiene conocimiento sobre ¿qué es la Homilía?, ¿Cómo va a saber de que se trató?

Homilias Dominicales



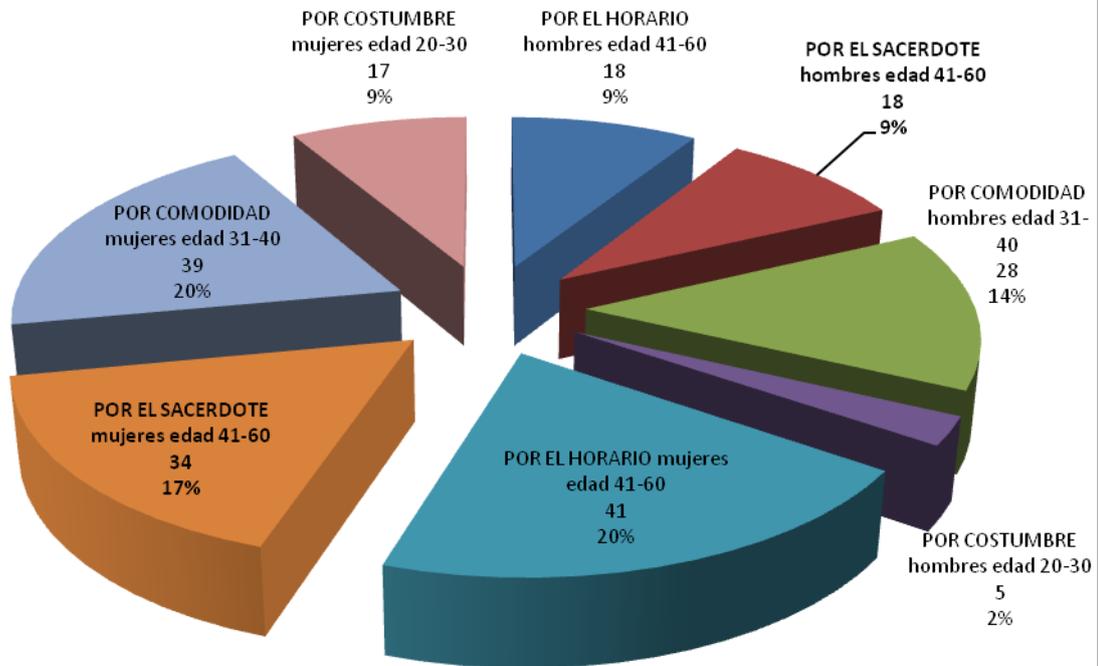
En este apartado preguntamos a los encuestados si en ese momento (en la salida de misa) recordaban de lo que había tratado la Homilía de ese día.

El 45.5% no recordó lo que el Sacerdote mencionó en la Homilía, el restante, es decir el 54.5%, respondió con certidumbre el tema que se emitió en la misma, dándonos cuenta que es muy poca la diferencia entre aquellos que si entendieron el mensaje de los que no.



Vaga o negativamente contesto el 70% de los encuestados a esta pregunta, lo que da cuenta de la gravedad del problema; el mensaje evangélico no está siendo efectivo en los feligreses.

4. ¿Por qué acude usted a determinada misa a esta Iglesia?



Esta gráfica nos muestra que sólo el 26% del total de los encuestados asisten a esta parroquia por empatía hacia el párroco de esta Iglesia.

La interpretación de resultados que surgen de estos datos son los siguientes:

EL RECEPTOR DESCONOCE EL SIGNIFICADO DE LA HOMILIA. El porcentaje de



feligreses que desconocen lo que significa la palabra Homilía es del 51%, es decir, más de la mitad de parroquianos encuestados no tiene ni idea de lo que es, siendo el 46% de los que respondieron de esta

forma, jóvenes adultos de entre 20 y 30 años.

Por lo que al cuestionarlos sobre de que trato la Homilía al salir de misa solo el 32.5% contesto de manera correcta el tema que el presbítero había tratado en la explicación del evangelio, encontrándose a los adultos de entre 40 a 60 años como los que mayormente acertaron a tal pregunta.

PERSUASION INSUFICIENTE DEL EMISOR sobre la reflexión que los feligreses



reconocieron o negaron al hacer práctico el mensaje emitido por el sacerdote, es decir, no hubo una persuasión efectiva tal que pudiera verse reflejada en un cambio de actitud y comportamiento por parte de los laicos al salir de misa¹³⁸

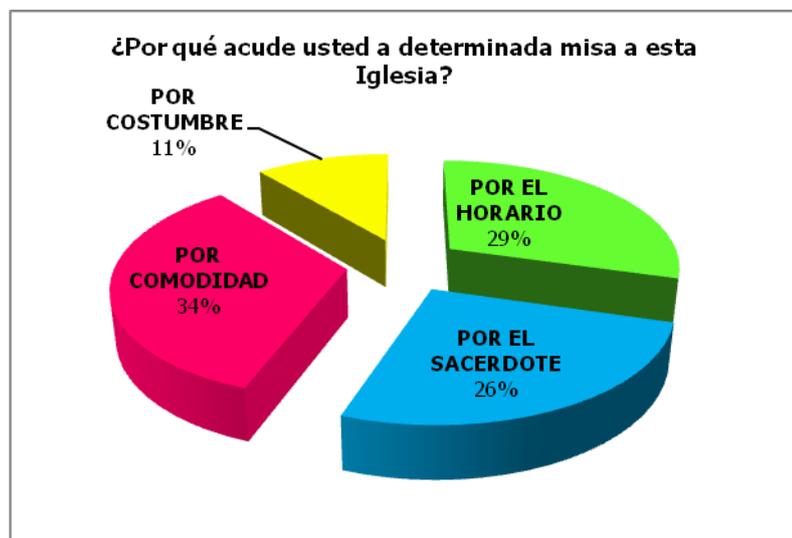
¹³⁸Las variables que ubicamos en esta cuestión fueron si el laico respondía aceptar o refutar que había en definitiva un cambio en su manera de pensar al haber escuchado la homilía emitida ese día y para poder medirlo de manera certera se anexo el inciso: ¿cómo cree que va a actuar frente a una situación como esa en su vida, de ahora en adelante?

El domingo 2 de Noviembre del 2008, la homilía trato sobre el evangelio sustraído de San Lucas 19, 1-10 en el cual Jesús perdona a Zaqueo, un rico estafador de pobres. El padre comento sobre el perdón a aquellos que alguna vez nos habían hecho daño. Al preguntarles a los 10 feligreses encuestados fuera de misa si ellos aun sentían algún rencor hacia alguien que les lastimo, el 48% acepto haber perdonado a esa persona en ese momento, el 27% negó hacerlo, mientras que el 25% dijo no saber si perdonar o no.



El resultado obtenido en este aspecto, fue del 55% en la respuesta a veces, frente al 29% de la respuesta asertiva y un 16% con una respuesta negativa, lo que demuestra que el circuito de la comunicación se ve mermado a causa de que sólo ocasionalmente el mensaje se asienta en la conciencia de los parroquianos de manera que se da la retroalimentación cuando lo aplican en su actuar diario.

POCA EMPATIA HACIA EL EMISOR. Al cuestionarles la razón por la que acuden a misa de 7pm que es la más concurrida,



de 7pm que es la más concurrida, el 34% respondió que asisten por comodidad al quedarles cerca de su domicilio, frente al 29% quien contesto que acuden por el horario y solo el 26% que reconoció su asistencia por su empatía para con el Sacerdote, siendo finalmente el 11% de los feligreses encuestados los que

afirmaron que es por costumbre¹³⁹.

En esta cuestión es importante resaltar que los jóvenes de entre 20 a 30 años y adultos de 30 a 40 quienes forman el 44.5% del total de encuestados fueron los que reconocieron acudir a determinada misa por comodidad y/o costumbre, no así, por tener una afectividad o gusto por escuchar al presbítero.

¹³⁹ El padre Guadalupe, párroco de la parroquia La Ascensión del Señor, oficia dominicalmente la misa de 7pm. Su perfil es de una persona de sexo masculino, edad 52 años, estatura media, aproximadamente 1.65 mts, de temple serio, muy contundente, nunca sobrepasa los 20 minutos de homilía.

Para poder medir distintos factores en la muestra se formularon 4 preguntas para la encuesta de entrada y otras 4 para la encuesta de salida, la primera ayudó a determinar la asistencia a misa, el impedimento a la asistencia o la distracción dentro de ella, esto para tener una idea amplia del tipo de religiosidad que mostraba el universo de laicos.

PÉRDIDA DE FE. Las respuestas a tales cuestionamientos se dieron con frecuencia



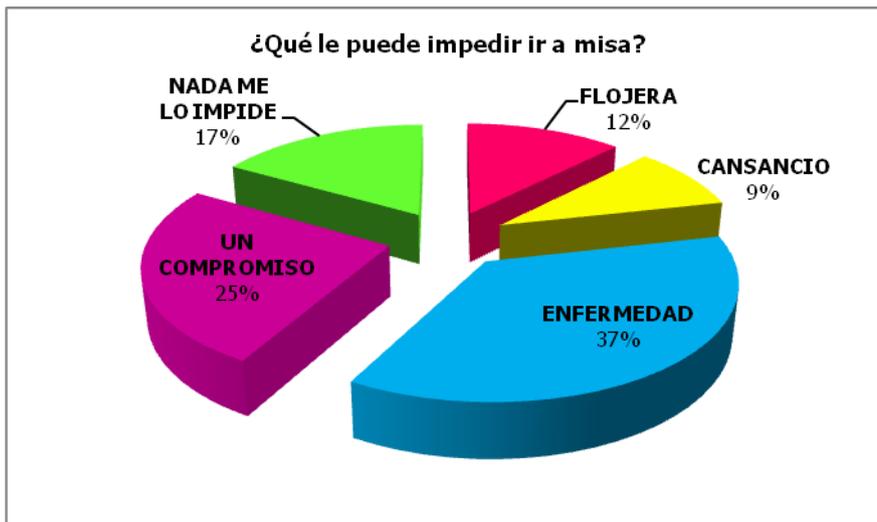
respecto a la edad de los encuestados, ya que aquellos que afirmaron asistir a misa de 4 a más veces al mes fue el 46%, quienes son adultos de entre 40 a 60 años, fenómeno que no es una novedad, ya que es conocido por todos que la gente que pasa de la adultez joven para

pasar a la adultez madura o mayor es la que lleva a cabo su religiosidad con mas fervor¹⁴⁰, por lo que no resulto sorprendente que solo 2 jóvenes (un varón de 23 años y una fémina de 28 años), es decir el 1% de la muestra, hayan sido los únicos en afirmar que asisten a misa todos los domingos del mes y en ocasiones hasta entre semana.



Tomando en cuenta que la población de Morelia es de 635,791 personas, de las cuales el 94.8% son católicos, según el censo nacional del INEGI 2005, era de suponerse que el 90% de nuestra muestra aseverara que asiste a misa por convicción y para estar en contacto con Dios, y solo el 10% quienes asisten por obligación, siendo estos últimos jóvenes de 20 a 30 años.

¹⁴⁰ De acuerdo con la encuesta DESDE LA FE realizada en agosto del 2004, en México, cuatro de cada diez ciudadanos mayores de 18 años dijeron asistir a misa al menos una vez a la semana. En conclusión la encuesta arrojó que los asistentes frecuentes en su mayoría son mujeres y ciudadanos casados con hijos. En cambio, aquellos que están alejados de los templos son los hombres y los jóvenes, en general solteros.



Alguna enfermedad fue la razón principal por la que el 37% de los encuestados reconociera que les puede impedir su asistencia a misa. La flojera y el cansancio fue excusa suficiente para que el 21% de jóvenes encuestados no acuda. Aquí encontramos

un dato interesante, pues hubo 14 casos en los que adultos de 30 a 40 años reconocieron abiertamente que en ocasiones no van a misa por flojera, lo que se contrapone con los dos primeros cuestionamientos y aunque no es en mayor medida la contradicción, el 8.5% de ese segmento no contestó con honestidad, ya que si por un lado están reconociendo que acuden a misa todos los domingos por convicción, por otro lado aseveran que la flojera es motivo suficiente para impedirles asistir.

La distracción es motivo suficiente para que la comunicación no se haga efectiva.

El ruido ambiental, ya que la parroquia aun no cuenta con puertas ni ventanas;

El silencio activo por parte del feligrés como las preocupaciones personales, el stress;

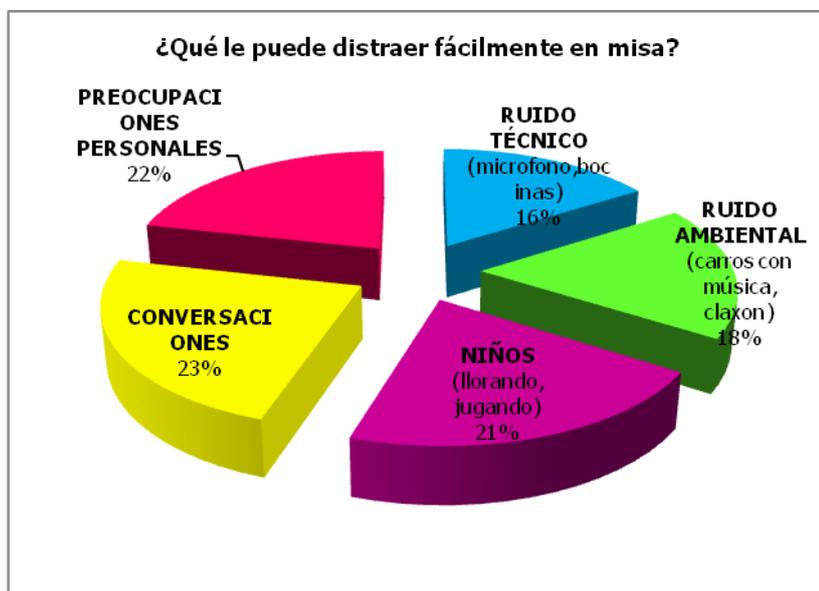
El mal manejo de herramientas para la comunicación, tales como micrófono, bocinas;

La mala sonorización dentro del recinto eclesiástico, ya que es un espacio abierto y no se cuenta con equipo electrónico adecuado;

La mala elocución del orador. El sacerdote tiene mala dicción, es decir, no se entienden algunas palabras que pronuncia;

Todo lo mencionado se tomó en cuenta en nuestra última pregunta de entrada.

RUIDO. Las respuestas en cuanto a las edades fueron generalizadas, tomándose como



mayor distractor el hecho de que en ocasiones los laicos tienen conversaciones cuando se está celebrando misa, ya sea con su acompañante (familiar, amigo, cónyuge, etc.) o por celular, pues el 23% indicó que les distrae fácilmente escuchar pláticas cerca de ellos.

Otra respuesta común fue el hecho de escuchar a los niños que constantemente lloran, gritan o juegan dentro de la Iglesia. El 21% de los encuestados reveló que se ve afectada su concentración por este motivo, mientras que el 22% reconoció que a veces son difíciles de apartar las preocupaciones personales de su mente para escuchar con atención la palabra de Dios.

Aunque la Parroquia de la Ascensión del Señor ha operado por casi 12 años, su inmueble aun se encuentra en construcción, haciéndole falta puertas, ventanales y vitrales, lo que la expone a ruidos ambientales propiciados por el urbanizado fraccionamiento en el que se encuentra, es por eso que el constante vaivén de carros que en ocasiones tocan el claxon o que llevan auto estéreos a todo volumen se hace evidente en la distracción de los asistentes a la celebración de la misa.

FALTA DE HERRAMIENTAS PARA COMUNICAR. Lo anterior, acompañado de la mala sonorización que presenta el lugar por ser un espacio abierto y por contar con un equipo rustico de sonido hizo que en consecuencia el 29% de los feligreses hayan afirmado que todo ese ruido les distrae con mucha facilidad, apartando su atención y afectando su concentración para comprender la palabra del Señor emitida por el sacerdote.

"Si bien es cierto que la celebración eucarística es un fiesta, no como diversión, show o variedad para que la gente se mantenga entretenida, es una fiesta si, pero en el sentido de que se festeja el rito, y el mensaje que Dios quiere hacer llegar a todos sus hijos"¹⁴¹. La fe es elemento principal para que el espíritu santo se pose ante nosotros y nos llene de él para que actuemos conforme a su divina enseñanza.

"Los feligreses debemos estar convencidos de que en misa se debe estar en silencio, con respeto, pero también con felicidad, por que supone un encuentro cercano con Dios padre y Jesús hijo"¹⁴².

¹⁴¹ Entrevista con el Pbo. Francisco García Aguilar, el 15 de Noviembre 2007

¹⁴² María de Jesús Herrera, encuestada

CONCLUSIÓN

Para iniciar con nuestra conclusión debemos comentar que el ejercicio pastoral del sacerdote válido de las herramientas de comunicación, abre posibilidades para comunicadores y presbiterio sobre esta fusión de saberes para hacer predicaciones más vivas, con una mejor preocupación por factores propios de la asertividad comunicativa, es decir, del espacio físico, empleo de micrófonos, manejo de mirada formas adecuadas de preguntar y responder, el correcto uso de la voz, etc.

En el caso estudiado de la parroquia Ascensión del Señor observamos una falta de todo lo arriba mencionado, ya que la asertividad comunicativa se queda corta; no hay proximidad hacia los feligreses, no hay calidez, es decir no se emplea el espacio físico; más que el poco o mal uso de las herramientas como los micrófonos, bocinas y equipo sonoro, es precisamente la cuestión de la actitud de ambas partes, tanto emisor como receptor, la que no permite que se lleve a cabo el proceso comunicativo.

La homilía por ser comunicación familiar, cercana con la feligresía, es comunicación pura. En este proceso, existe un hablante que se comunica, que envía un mensaje, el cual, debe buscar que lo que dice es claro y entendible. El sacerdote tiene a su disposición herramientas como la voz y su propia corporalidad, entre otros, para llegar a la asamblea. Los fieles por su parte, reciben información de todas y cada una de las acciones de quien predica. Con lo anterior, emisor y receptor son portadores de mensajes que afectan o fortalecen la claridad del mensaje.; aquí, consideramos, como ya lo habíamos mencionado, actitudes como el silencio activo, posturas corporales y ruidos (semánticos, físicos, etc.) en comunicación por parte de los oyentes.

Es por eso que para establecer una buena comunicación es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

1. CLARIDAD

Efecto y distinción que por medio de los sentidos, especialmente la vista, se puede percibir y expresar sensaciones de una manera clara, esto a través de inteligencia e idea.

2. CONCISIÓN

Brevedad en el modo de expresar un concepto con exactitud.

3. PRECISIÓN

Estilo, concisión y exactitud rigurosa sobre lo que va a tratar.

4. ORIGINALIDAD

Principios que tienen origen en el emisor, capaz de captar toda la atención de su asamblea.

El problema es sin duda delicado. La evangelización pierde mucho de su fuerza y de su eficacia, si no se toma en consideración al pueblo concreto al que se dirige, si no responde a las cuestiones que plantea, no llega a su vida concreta. Sin embargo existe cierta incredulidad hacia lo ya expuesto por parte del Párroco de la Ascensión del Señor, ya que según él, a su feligresía la percibe devota, fiel y gustosa al momento de pronunciarse la Homilía.

Es por eso que es vital que los presbíteros tomen en cuenta seriamente lo siguiente:

- 1. Su asamblea variada, en cuestión demográfica (sexo, edad), horario de Misa (que el presbítero practique una comunicación organizacional)**
- 2. Estar a la vanguardia, ejercer la comunicación interpersonal; modular voz, mirada (que el sacerdote realice una psicología de la comunicación)**

3. Capacitación continua a los presbíteros de la parroquia la Ascensión del Señor

La conclusión que sucede de nuestras encuestas es que por un lado vemos que el segmento que está más alejado de la vida religiosa es el juvenil, y por ende es al que más atención se debe poner implementando estrategias de acción para elevar su interés y participación, claro siempre y cuando se tenga una inducción previa por parte del núcleo familiar.

Incluir a los jóvenes universitarios a esta misma capacitación, ya que así los jóvenes harán partícipes a los sacerdotes de sus inquietudes y les dejarán saber cuál es el lenguaje, verbal y no verbal, con el que ellos se identifican, es decir crear un nuevo mini modelo de Catequesis; precisamente de aquí parte la propuesta presentada en este proyecto.

Los adultos, aunque participan más, lo hacen continuamente sólo por cumplir con la tradición, a ellos también se les debe invitar a renovar su fe, a ser constantes en la demostración de su amor por Dios hacerles saber que no por el hecho de asistir a misa son buenos católicos, por qué ser cristiano de golpe de pecho es ser nada más un hipócrita, ya que no nada más se engañan ellos mismos, también engañan a Dios.

En entrevista, el Pbo. Francisco García Aguilar, vicario de la parroquia la Ascensión del Señor, señaló que la misión de un Sacerdote es ser otro Jesús en la tierra, es hacer lo que él hacía y como él lo hacía. "Jesús, invitaba a todos a creer, los asistía y convencía a aquellos que estaban incrédulos haciendo presente su poder divino"¹⁴³; es una premisa que diariamente los sacerdotes deben tener presentes.

Es muy importante que un sacerdote tenga bien cimentadas las bases de su conducción para con los laicos; saber cómo hablarles para provocar en ellos empatía y persuasión efectiva es el reto, como lo establecimos en nuestro marco teórico y al inicio de nuestra investigación.

¹⁴³ Entrevista, Noviembre del 2008.

* Se encuentra desde los siglos XVII y XVIII aplicada a una interpretación correcta, objetiva y comprensible de la Biblia.

Debido a que nuestra investigación se basa en el proceso de comunicación propuesto por David K Berlo, en donde nos muestra un modelo en el cual se representa todo el fenómeno de la comunicación interpersonal y habiéndolo estudiado y analizado en el campo eclesial, específicamente en la Homilía, es preciso puntualizar que elementos y en qué momentos se rompe la comunicación al momento de la Homilía.

Por consiguiente, enlistamos los problemas por cada uno de los elementos de la teoría de comunicación según David K. Berlo, que identificamos, y por los cuales no se efectúa la comunicación al momento de la Homilía:

FUENTE/ENCODIFICADOR	MENSAJE	CANAL	DECODIFICADOR/RECEPTOR
Preparacion en la Homilia	Ambiguo	Correcto uso de microfonos	Falta de religiosidad de los fieles
Diccion/Pronunciacion	Lenguaje lejano de la realidad	Equipo de audio (bocinas, ecualizador, etc)	Sociedad audio-visual
*Hermeneutica de los textos Biblicos	Repetitivo/Regañon/Imperativo	Templo ruidoso (abiero, mala sonorizacion)	Distraccion de los feligreses
Manejo de voz	Fatiga del discurso	Acustica	Cultura de la Asamblea
Insuficiente vivencia del Evangelio		Iluminacion	Crisis religiosa
			Insuficiente vivencia del Evangelio

El modelo de comunicación que David K Berlo nos presenta es interpersonal porque es aquella que se establece principalmente con dos individuos los que actúan de manera que uno realiza la función de emisor y el otro de receptor. Pero como ya lo habíamos mencionado el tipo de comunicación que se establece al momento de la Homilía es de carácter grupal, en la modalidad de estrella que es que es cuando uno de los miembros (generalmente el líder) capta la información de todos los demás miembros del grupo, de tal forma que todas los demás personas solo tienen contacto visual con él (o deberían tenerlo).

El sacerdote debe ser líder para conducir a sus parroquianos, los debe invitar a sentir, a vibrar con el mensaje de la buena nueva a que se enamoren cada vez mas de la vida divina que Jesús llevo para que la quieran hacer parte suya.

En el Capítulo 3 mencionamos las 4 características que un líder debe poseer:

1. Habilidades comunicativas (dicción, tono de voz, facilidad de palabra)
2. Actitudes (articulaciones y gesticulaciones)
3. Nivel de Conocimiento (educación, experiencia)
4. Sistema socio-cultural (orígenes)¹⁴⁴

Sin embargo, en este estudio identificamos ciertas carencias en estos aspectos.

Es muy importante entender que la educación, fe y convicción de ambas partes que constituyen a la comunicación que se da principalmente al momento de la homilía deben estar íntegramente cimentadas, ya que no debemos olvidar que el modelo que nos ofrece David K. Berlo establece que el emisor se convierte en receptor y este a su vez en emisor provocando que se dé la tan pretendida retroalimentación.

"Fallamos en el emisor quizá por soberbia; poseemos la verdad. Somos el pueblo elegido por Dios para ser depositarios de la verdad y sabemos que es una verdad que trasciende a este mundo. Aunque ello sea un don, corremos el riesgo de actuar de un modo que no nos importe la opinión del mundo"¹⁴⁵.

Precisamente es la crítica constructiva que uno de los más prestigiados comunicadores católicos (Francisco Pastor Alcoy) hace a los partícipes de la comunicación, y que producto de nuestra investigación reforzamos esta idea ya que manifiestamente, debido al estudio de campo, existe un vacío que impide la comunicación efectiva y por ende la retroalimentación práctica de los receptores, en este caso los feligreses.

144 NIGHTINGALE, Virginia, "El estudio de las audiencias, impacto de lo real", Paidós, 1972 pp. 40

145 PASTOR, Francisco. Mesa redonda en "DIÁLOGOS DE TEOLOGÍA - V". Biblioteca Sacerdotal "Almudí", 26 de marzo de 2003

En entrevista con el Pbo. Juan Guerrero , responsable de la parroquia la Ascensión del Señor, sobre la importancia en la preparación de la Homilía para evitar errores en el mensaje, nos comento: "yo creo que equivocación no, tiene que ver por ese lado la preparación, lo que puede haber quizá a veces es un, tiene erróneas¹⁴⁶ alguna palabra, que tengamos así otra cosa, no creo, por eso también hay una etapa en la que uno tiene que prepararla para evitar esas confusiones y caer en unas cosas que no es lo que tiene que ser, por eso hay que prepararla debidamente para evitar eso".

La claridad, la precisión y la concisión en este argumento simplemente no están presentes.

Retomar el argumento de Francisco Pastor no es con la intención de hacer una crítica personal ni destructiva a los encargados de la parroquia de nuestro estudio, si no como una herramienta de reflexión que ayude tanto a presbíteros de esta iglesia como a sus feligreses a entender cuál es el fin verdadero de nuestros roles como parte de la comunicación que se da al momento de la Homilía. En que fallamos y en que podemos mejorar para que seamos capaces de llevar la voluntad divina de una manera real y no con titubeos, sin fe ni perseverancia, es decir por ambas partes de la comunicación tanto del Sacerdote como emisor como del feligrés como receptor.

Y si bien es cierto que los sacerdotes son puentes de comunicación con Dios y que ellos por haber respondido al llamado divino ejercen el oficio de conductores del bien en el mundo; también se equivocan, por lo que deben reconocer que los aciertos de su labor provienen del creador y los errores proceden por el hecho de pertenecer a la raza humana.

De acuerdo a la información que obtuvimos de la aplicación de encuestas nos damos cuenta que los laicos no se sienten identificados con el mensaje que se emite, en la mayoría de los casos, no lo entienden en su totalidad, y lo que es más preocupante no existe empatía para con el sacerdote encargado de su parroquia.

¹⁴⁶ Palabra inaudible en la grabación de la entrevista.

Hablar del receptor es fundamental, pues como ya lo habíamos dicho no es lo mismo que los presbíteros se dirijan a niños que a adultos, a católicos practicantes que a agnósticos. Si miramos las raíces de la educación cristiana nos encontramos con que Jesucristo habla mediante parábolas. ¿Por qué habla Cristo de sembradores?, ¿Porque habla Cristo de ovejas?

Estamos convencidos que, cuando ponía parábolas de sembradores, hablaba a agricultores; y cuando hablaba de remar ovejas, tenía delante a sus discípulos o seguidores. Conocer el receptor es fundamental. Cada receptor en la comunicación requiere un mensaje adecuado y comprensible para ese receptor.

Es por esto que decidimos que el modelo de comunicación que nos presenta David K Berlo es el adecuado para llevar nuestro estudio, ya que el afirma que "las fuentes y los receptores deben de pertenecer a sistemas similares, ya que si no lo son, la comunicación es imposible"¹⁴⁷

Aunque la reflexión arriba citada sea muy cierta, sabemos que la casa de Dios es de todos y que pueden asistir a ella chicos y grandes, creyentes o aquellos que no lo son tanto. Sería imposible segmentar tan reducidamente a la sociedad para que la transmisión del mensaje se realice solo a una muestra del universo católico que sería el objetivo, ya que se tendrían que crear iglesias que impartieran misas especialmente para niños, jóvenes, adultos, etc. Y aunque la modalidad de la celebración de misas para cada estrato sea cada vez mayor en las Iglesias, aun así existen diferencias que aunque no son demográficas, si son económicas y hasta culturales.

En la Iglesia existía la costumbre inmemorial de hablar desde púlpitos; y la gente escuchaba y debía aceptarlo todo, con mayor o menor aprovechamiento.

Hoy el estilo directo de quien aconseja o le dice a otro cómo debe de comportarse crea rechazo en la escuela y también en la vida.

¹⁴⁷ K.BERLO, David. *El Proceso de la Comunicación*, el Ateneo, 1960, pp. 23

Una importante parte de la sociedad no busca maestros sino que se rebela contra ellos, de la misma forma que los adolescentes niegan todo aquello que procede de sus padres

Más que nunca es necesario recuperar la humildad y dirigirse primero con argumentos que puedan ser compartidos por todos, y sobre todo, con testimonios que sean ejemplos para imitar"¹⁴⁸.

A este punto nos referimos principalmente en el capítulo tres, en donde describimos el oficio del presbítero como aquel que debe poseer empatía y liderazgo para poder llegar a tocar las fibras más sensibles de los feligreses al momento de emitir la palabra de Dios.

El ejemplo más indiscutible de líder y comunicador católico de todos los tiempos es el de su Santidad Juan Pablo II (1920-2005), quien su amor a los jóvenes le impulsó a retomar en 1985 las Jornadas Mundiales de la Juventud y de la familia inaugurados por él en 1994 con el único objetivo de acercarlos a Cristo e invitarlos a la catequesis y a la doctrina Cristiana.

Juan Pablo II promovió el diálogo con los judíos y con los representantes de las demás religiones, convocándolos en varias ocasiones a encuentros de oración por la paz.

Lo propuesto en esta investigación es la capacitación, actualización y sensibilización de los emisores, es decir de los sacerdotes de esta iglesia en particular con nuevas estrategias y herramientas que ayudaran al mejoramiento de su capacidad de hablar, de captar mejor la atención de los receptores y su empatía, de lograr que finalmente se facilite la retroalimentación.

Así se captara mejor la atención de todos los fieles y se atraerá mucho mejor el interés, el hambre de saber más sobre lo que Dios nos quiere decir.

"La actualidad: es lo que sucede hoy. Y esto es algo que, desgraciadamente en la Iglesia tiende a menospreciar. Precisamente por aquella seguridad histórica que el mismo Jesucristo nos confirmó, y que está por encima del tiempo y de las circunstancias"¹⁴⁹.

¹⁴⁸ PASTOR, Alcoy Francisco. *Mesa redonda en "DIÁLOGOS DE TEOLOGÍA - V". Biblioteca Sacerdotal "Almudí", 26 de marzo de 2003*

Para que la Iglesia Católica y su doctrina prevalezcan siempre actuales es preciso crear un programa especializado en capacitación sobre estudios de comunicación dirigido a aquellos responsables de emitir la buena nueva a todos los creyentes.

Esto es precisamente lo que buscamos al haber concluido todo nuestro estudio ya que proponemos que los sacerdotes de la parroquia la Ascensión del Señor se empapen de estrategias que sean benéficas para su oficio y se puedan enfrentar a una audiencia que se encuentra cada vez mas distraída y sepan cómo conducirse y dirigirse hacia ella, como Jesús lo hacía.

"Cristo se subía en una barca para que le escucharan mejor, ascendía a una montaña para estar más presente ante sus oyentes; pero lo que transmitía nunca dependió de esas circunstancias más o menos favorables"¹⁵⁰. También es muy cierta esta reflexión y vale la pena analizarla ya que existe una característica mucho más fuerte que la propia "buena preparación" de un sacerdote, que es primordialmente "El amor" a Dios, hacia su mensaje, su misión y hacia su prójimo.

Para finalizar con esta conclusión citamos el siguiente argumento, con el cual estamos de acuerdo y esperamos que tenga la suficiente fuerza para posicionarse en la mente de los interesados en este estudio: "desde el punto de vista de la comunicación, no es lo mismo una noticia un día, que dos días después, porque ya no interesa al 90% de la gente; sólo nos interesa quizá a nosotros, los creyentes.

Por ello, si queremos llegar a nuestra audiencia en general hemos de ofrecer los temas que les interesen cada momento. Podríamos decir que la actualidad es un caballo al galope, y lo que hemos de intentar es que la Iglesia se suba a ese caballo"¹⁵¹

¹⁴⁹PASTOR, Alcoy Francisco. *Mesa redonda en "DIÁLOGOS DE TEOLOGÍA - V". Biblioteca Sacerdotal "Almudí", 26 de marzo de 2003*

¹⁵⁰Idem.

¹⁵¹Idem.

PROPUESTA. RECOMENDACIONES

El ejercicio académico aquí expuesto va mas allá de la simple, pero respetable recopilación de conceptos comunicacionales.

Nuestra pretensión está basada en un aporte con inquietudes reales, practicas y aplicables, interesada en aportar desde la Universidad una guía que facilite al predicador moderno hacer un recorrido por los elementos de la persuasión, la narración de historias, recobrar el respeto por la palabra, el uso del lenguaje, las estrategias para dar a comprender un mensaje, el uso del cuerpo como apoyo a las intensiones comunicativas, etc.

Es importante mencionar que lo que se pretende con este estudio es que los sacerdotes sean verdaderos líderes, que sepan como impactar a su audiencia con el mensaje de Dios, tal como su Santidad Juan Pablo II lo hacía con diversos movimientos, como las Jornadas mundiales de la Comunicación, en donde aparte de llegar a una masa enorme de feligreses, les hacia vibrar el mensaje de la Buena Nueva como:

- Mensaje del Papa Pablo VI dedicado a la recepción crítica, la dignidad del hombre como receptor y los mensajes de esperanza y verdad que deben emitirse. (1978) (XII)¹⁵²
- Primer mensaje de Juan Pablo II en el que retoma el tema de la infancia, las responsabilidades de los adultos, el desarrollo mediático de los niños y la familia. (1979) (XIII)
- Mensaje de Juan Pablo II en el que reflexiona sobre las contribuciones de las comunicaciones en la familia, especialmente en la vida de los jóvenes. (1980) (XIV)

¹⁵² Las Jornadas mundiales de Comunicación se crearon durante el Pontificado de su Santidad Pablo VI, sin embargo, tuvieron su auge al llegar al Papado Juan Pablo II.

- Mensaje de Juan Pablo II orientado a la promoción cristiana de la juventud para ser capaces de extender la Palabra de Dios en los jóvenes y así realicen en libertad su vocación personal.(1985) (XIX)
- **Mensaje de Juan Pablo II en el que solicita reforzar los instrumentos de la comunicación en todas las diócesis para que contribuyan a dar a la opinión pública una orientación cristiana. (1986) (XX)¹⁵³**
- Mensaje del Papa Juan Pablo II en el que rescata el tema central de la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*: que los medios de comunicación conduzcan a la fraternidad, la comprensión del otro y avanzar en el destino humano. (1991) (XXV)
- Mensaje de Juan Pablo II encaminado a orientar las buenas intenciones de los comunicadores para que así, comuniquen a Cristo, el bien y la verdad. (1997) (XXXI)
- Mensaje del Papa Benedicto XVI sobre Los niños y los Medios de Comunicación Social: un reto para la educación. (2007) (XVI)

Todos estos mensajes, los cuales promueven la continua formación cristiana de las personas.

Cuando nos comunicamos con alguien todo nuestro cuerpo habla. Observe sus gestos durante una conversación. Procure también percibir su tono de voz, su forma de expresarse, el sentimiento con el que lo hace. Todos ellos son factores que, como ya hemos visto, van mucho más allá de las palabras.

¹⁵³ Para este estudio, por su contenido, esta Jornada es muy importante, ya que con la finalidad de reforzar más eficazmente el multiforme apostolado de la Iglesia en el ámbito de los instrumentos de la comunicación, en todas las diócesis del mundo, hace alusión a la encíclica *Inter mirifica* y *Evangelii nuntiandi*, mismas que ya hemos mencionado para reforzar esta investigación.

Debemos recordar que además de las palabras y la postura corporal hay otro elemento de la comunicación, como ya se había dicho, con poder suficiente para influir en los demás: el tono de voz.

Debido a la asamblea variada de feligreses en cuestiones demográficas (sexo, edad, nivel socioeconómico y cultural) el tono de voz debe ser lo suficientemente atractivo para cautivar a los receptores.

La recomendación que hacemos, aunque es difícil generalizar, es que el sacerdote antes de celebrar misa, de un vistazo a su feligresía y sea capaz de detectar los segmentos de creyentes ahí reunidos, ya que la influencia de la hora de la celebración en muchas ocasiones va precedida por el estrato de católicos que la presencian¹⁵⁴.

Una vez establecida la sintonía en la voz se estará en condiciones de conducir la comunicación y el oyente le seguirá, porque una conversación no la controla quien habla, sino quien escucha, finalmente el motivo por el que el sacerdote emite la Homilía es para que el feligrés haga vivo ese mensaje, por ende este último es el objetivo de este tipo de comunicación.

Para reforzar lo que ya hemos expuesto, y a propósito de lo que mencionamos en el párrafo anterior, es muy importante tener en cuenta el volumen de voz (cada ambiente y cada situación piden un determinado volumen más alto o más bajo) lo cual no significa que en un momento dado puedas romper el clima reinante para hablar más alto y crear así nuevas condiciones para hacerte escuchar. Todo es cuestión de tener sensibilidad para saber elegir el momento adecuado.

Piensa también que el modo de hablar puede cambiar el significado de las palabras.

¹⁵⁴ En entrevista el Pbo. J. Guadalupe Morales Vargas menciona que en las celebraciones dominicales la 1ª misa, que es a las 10:00 am, es para niños; a la de 12:00 pm casi siempre asisten adultos jóvenes, recién casados, etc., y la más diversa es la de las 7:00 pm, pues es donde se reúnen las familias.

También el cuerpo habla, junto con la voz; la postura que adopta el cuerpo, como ya hemos visto, tiene mayor influencia que las palabras.

Y aunque muy poca gente percibe su importancia, la respiración también forma parte de este grupo de factores que influyen en la comunicación.

FORMACION SACERDOTAL.

El Pbo. Juan Guerrero Morales, Párroco de la Iglesia la Ascensión y Jesús Francisco García Aguilar, Vicario de la misma, se ordenaron en el Seminario Diocesano de Morelia, es por esto, que investigamos el programa académico de los seminaristas de esta institución a efectos de conocer qué nivel de preparación en comunicación se les provee para después proponer en este ámbito lo que aun no se imparte en la misma cuestión.

SEMINARIO DIOCESANO DE MORELIA 2007-2008

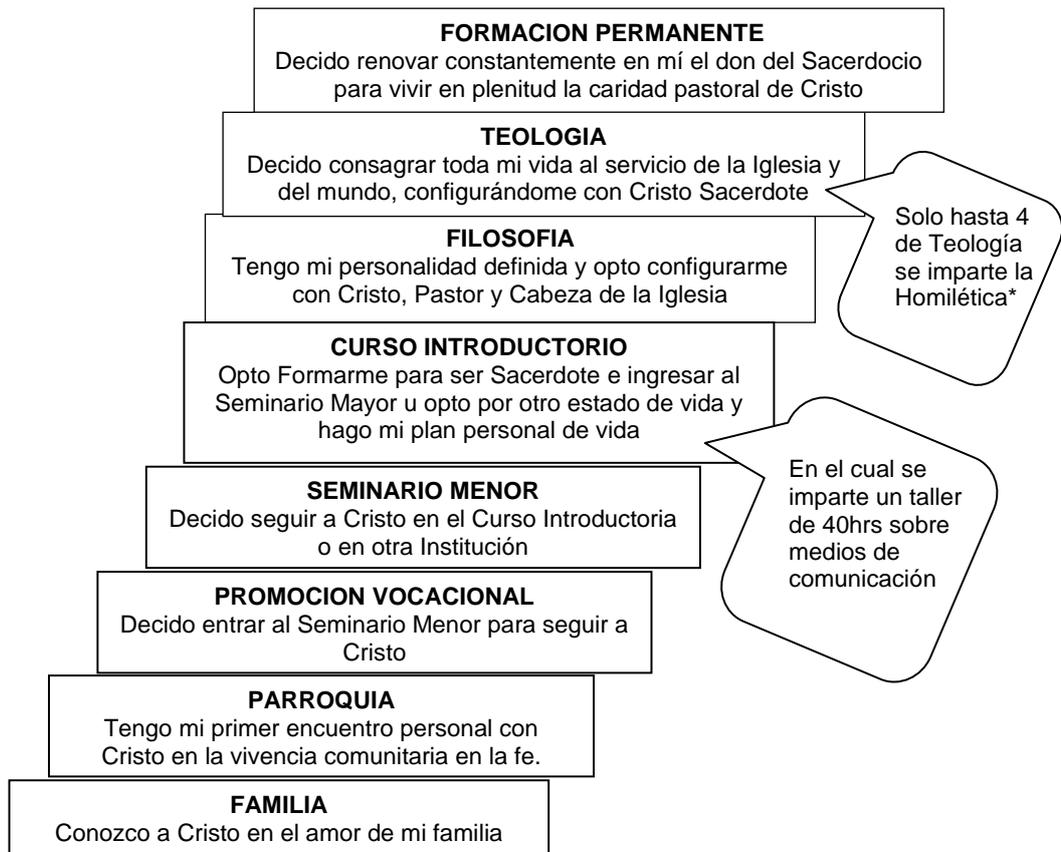
"Concretamente el programa de estudios si ha sufrido cambios pensando en una mejor formación y en un mayor apoyo, pensando en dar más elementos para saber responder mejor, sin embargo el ser humano sigue teniendo algo en común que también debemos considerar, es decir, en esencia, el programa sigue siendo el mismo, la manera de presentarlo y la manera de llevarlo a cabo, si va cambiando"¹⁵⁵

De acuerdo con el plan de formación sacerdotal del Seminario Diocesano de Morelia, ciclo 2007-2008 el programa de estudios se apega a lo que llaman un "Arco Formativo" u escalera, el cual comienza desde el Seminario Menor hasta el 4 curso de Teología, en donde cada alumno de este último año escolar es asignado a cada parroquia a la que asisten todos los fines de semana.

¹⁵⁵ Pbo. Víctor Aguilar Ledesma, profesor de Catequesis del Seminario Diocesano de Morelia, en entrevista, Octubre 2008.

CONFIGURACION CON CRISTO SACERDOTE

PASTORAL VOCACIONAL



SEMINARIO DIOCESANO DE MORELIA 2007-2008¹⁵⁶

PROGRAMA DE ESTUDIOS

El programa de estudios que el Seminario Diocesano nos proporcionó tiene su inicio a partir del curso de Teología, el cual, comienza después de tres años de Filosofía y tiene una duración de 4 años, en el que se imparten pocas materias concernientes a la comunicación como lo detallamos a continuación.

¹⁵⁶ Debido a la magnitud de este programa el temario completo se podrá encontrar en los anexos de este estudio.

La catequesis en el Seminario Diocesano de Morelia "es un proceso que se lleva a través de toda la vida del seminario, comenzando desde el Seminario Menor hasta el 4º curso de Teología, cada alumno de este último curso escolar es asignado a una parroquia y asistirá todos los fines de semana a ella"¹⁵⁷.

En 1º de Teología se imparten materias concernientes a la Liturgia, el estudio de la asamblea católica (características y fomento de su participación), y hasta la última etapa de 4º de Teología se enseña la Homilética, que es en donde ya se ven aspectos más prácticos de la Homilía. Los temas que de esta se derivan son: "la lectio divina y escucha creyente, la Homilía como interpretación mediativa, funciones de la palabra y la Homilía, La homilía, parte de la celebración, las intervenciones espontáneas y el discurso Homilético, los modelos del desarrollo de la celebración y de la Homilía, sujeto y forma del discurso Homilético, los fieles en el argumento Homilético y las formas de la comunicación homilética. Esta materia es impartida por el Pbro. Rafael Chávez Ponce de León.

Es importante mencionar que solo se imparte un taller de 40 horas sobre los medios de comunicación en el Curso Introductorio al Seminario Mayor Diocesano. "Como materia doctrinal, propiamente dicha, se tiene la Pastoral en los medios de Comunicación Social, impartida por Pbro. Mateo Calvillo, tanto la oratoria, como la expresión verbal no se imparten, solamente el teatro que ayuda mucho a la expresión corporal y verbal"¹⁵⁸. Sin embargo, esta clase solo enseña a los seminaristas herramientas en expresión escrita y como deben conducirse frente a los medios de comunicación masivos, o su participación en ellos, ya sean electrónicos o de prensa, es decir se inclina más hacia la comunicación escrita y hacia la proyección de su imagen en la media.

¹⁵⁷ Pbro. Antonio Paniagua Correa, prefecto de estudios del Seminario Diocesano de Morelia, en entrevista, Octubre 2008.

¹⁵⁸ Pbro. Víctor Aguilar Ledesma, profesor de Catequesis del Seminario Diocesano de Morelia, en entrevista, Octubre 2008.

Aunque ha habido muchos cambios en el plan de estudios para que la Iglesia vaya actualizándose, estos no han sido de carácter estratégico para una comunicación efectiva en la Homilía, lo suficientemente persuasiva como para tener un impacto en el cambio de conciencia social. Sobre estas reformas nos explica el Pbro. Antonio Paniagua, prefecto de estudios del Seminario Diocesano de Morelia: "Una de ellas y bastante fuerte, ha sido volver a las fuentes de la teología fundamental (que es la reflexión sobre la revelación y la fe para dar razón de en lo que creemos) ya que antiguamente se estudiaba la Apologética (que es la defensa, mantenimiento de la fe y la revelación) que eran como las armas dogmáticas.

Es por eso que en la antigüedad la disciplina católica era muy ruda, casi militar, estaba muy patente tanto en el equipo formador como en los mismos seminaristas que "era necesario formarse como verdaderos soldados de la fe"¹⁵⁹

Los mismos encargados de la formación sacerdotal se contradicen por un lado, al señalar la importancia de la preparación del seminarista para que sea un buen comunicador de la palabra de Dios "puesto que a esto es dedicada toda su vida de sacerdote, a predicar el mensaje de salvación"¹⁶⁰, y por otro, al reconocer que no se proporcionan los medios al alcance para que los use, es decir, "ciertamente las materias del Seminario Diocesano en cuanto a comunicación no van con la época actual y puede que por eso los estudiantes estén un poco atrasaditos"¹⁶¹, es decir se reconoce que existe un rezago, sin embargo se minimiza.

En cuestión de estudios se ofrece la sintaxis y gramática castellana, el estudio del latín, la participación en diversas academias como teatro, poesía, las estudiantinas, el estudio que el Magisterio ofrece (Inter Mirífica, Miranda Prorsus), sin embargo como podemos observar todo esto les ayuda a conocer la lengua español, su origen, el correcto uso del mismo, etc., no como lograr una comunicación empática bien conducida.

¹⁵⁹ FERNANDEZ Rodríguez Pedro, Mons. Martínez y la santificación del Sacerdote, discursos y otros textos en el Seminario de Morelia (1906-1937), Monasterio de la Visitación, Sede de la Postulación, México, DF 2005.

¹⁶⁰ AGUILAR, Víctor. Responsable de la Catequesis del Seminario Diocesano de Morelia. Entrevista Noviembre, 2007.

¹⁶¹ idem.

Hay algunas capacitaciones que imparten sacerdotes invitados de otras Arquidiócesis, sin embargo estas son de carácter magisterial teológico, y sólo son para los profesores y/o alumnos del Seminario Diocesano de Morelia, es decir, no hay una capacitación continua para aquellos sacerdotes ordenados que ya tengan antigüedad como párrocos o vicarios.

Es por eso que a continuación asentamos la propuesta de este estudio que consideramos es necesaria para la mejora sustancial de la comunicación en la Iglesia al momento de la Homilía en la Parroquia de la Ascensión del Señor.

La creación de un taller de comunicación para alimentar y fortalecer la educación del Párroco y Vicario de esta Iglesia es medular para que se conviertan en mejores comunicadores de la palabra de Dios logrando aplicar las técnicas aprendidas en este que proponemos detalladamente.

Es importante que aquellos que impartan este taller sean agentes estudiosos de las materias en expresión verbal, locución, y persuasión.

La universidad Vasco de Quiroga es una institución comprometida con la enseñanza católica y tenemos el mejor ejemplo de esa experiencia con nuestro principal mentor, el cual lleva de nombre nuestra Universidad.

Educar en la verdad es la misión de la UVAQ, así que en cumplimiento con ese compromiso proponemos que alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación que estén interesados en liberar su servicio social contribuyendo a una causa que emana de la misión de la Universidad Vasco de Quiroga, y que sean responsables para elaboración e implementación de un taller, sean los encargados de impartirlo.

Nuestra investigación claramente arrojó que se necesita una capacitación urgente para los encargados de la Parroquia la Ascensión del Señor, en cuestión de comunicación.

Anteriormente habíamos mencionado que a propósito de un beneficio mutuo, es decir, tanto a los alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UVAQ, como a los responsables de esta Parroquia, se cree un programa integral en el que pudieran participar alumnos que se encuentren cursando los semestres 7 y/o 8 interesados en liberar su servicio social para que impartan un taller a los ya mencionados.

El perfil que el alumno de la Lic. en Ciencias de la Comunicación debe cubrir según los requerimientos del taller¹⁶² a impartir serán:

Alumnos y/o alumnas que cursen el último año de la licenciatura, ya que en este nivel ya poseen amplios conocimientos de teoría y práctica de la comunicación.

- Ser católicos practicantes; que muestren interés y simpatía hacia la religión Católica.
- Gusto por la docencia
- Habilidad para el desarrollo y planeación de actividades
- Actitud de servicio y trabajo en equipo
- Habilidades Comunicativas; facilidad de palabra, buen manejo de grupos y de lenguaje
- Creatividad
- Pro actividad; iniciativa
- Liderazgo; toma de Decisiones
- Tolerancia

Los aspectos mencionados a evaluarse para la consideración de alumnos candidatos a liberar su servicio social impartiendo el taller correrán a cargo de la dirección de la facultad de Ciencias de la Comunicación, es decir, cuando el alumno se interese por esta modalidad de servicio, será responsable de acercarse a la oficina central de la licenciatura para que sea evaluado su conocimiento y aptitud hacia los temas a impartir.

¹⁶² Un Taller es un lugar de co-aprendizaje, donde todos sus participantes construyen socialmente conocimientos y valores, desarrollan habilidades y actitudes, a partir de sus propias experiencias, (es muy práctico).

Será importante que el alumno sea capaz de seguir el modelo de programa que se establecerá (el cual presentaremos a continuación) después de ser seleccionado para realizar el servicio y que a la vez sea capaz de diseñar e implementar estrategias que ayuden para una mejor enseñanza de los temas, que será parte del tiempo que dedique para liberar el servicio.

Debido a la complejidad de lo propuesto, sabemos que probablemente habrá poca demanda por lo que será suficiente la colaboración de 1 o 2 alumnos por semestre, para que se hagan responsables de esta tarea, los cuales al término de su servicio recibirán un reconocimiento, si se puede, gestionar que tenga validez curricular para que en un futuro no decaiga la demanda e incentivar la participación y actualizar las estrategias.

De acuerdo con los datos que nuestro estudio de campo arrojó tanto en la Parroquia La Ascensión del Señor como en el Seminario Diocesano de Morelia, tales como la falta de conocimiento de las teorías comunicacionales, así como el de herramientas de las que un sacerdote hace uso en la Homilía y el mejoramiento de los análisis del mensaje ya que se dio un claro rezago en estos 3 temas, sabemos que se necesita una especialización y capacitación constante en Comunicación, así como en expresión verbal y locución.

***Taller en Expresión Verbal, Locución y persuasión**

Objetivo:

Que los alumnos sean capaces de mejorar su discurso de manera clara y congruente, tomando en cuenta herramientas de expresión verbal y no verbal, así como el empleo de técnicas para la persuasión, así como, la identificación de información específica y el significado del vocabulario que empleará para poder emitir el mensaje con éxito.

Contenido:

MODULO 1

- Funciones de la comunicación
- Elementos para el análisis del mensaje

MODULO 2

- Habilidades y técnicas de la expresión verbal
- Locución (empleo de la voz y su manejo)

MODULO 3

- Expresión no verbal
- Quinésica y empleo del espacio físico

MODULO 4

- Principios de la persuasión
- Técnicas para persuadir y argumentar

Duración:

40 horas

La duración se calcula en base a 10 hrs por semana, mismas que se dividirán en 2 días con 5 hrs de clase cada uno, ya que en este diplomado aparte de haber teoría, los sacerdotes de la Parroquia la Ascensión del Señor, también llevarán a la práctica ciertos temas con distintas dinámicas, tales como: creaciones individuales, trabajo en equipo, etc.

Esto como apoyo que facilite la enseñanza y el aprendizaje, así, ambos alumnos (sacerdotes y universitarios) se retarán a utilizar su creatividad, uno enseñando y el otro aprendiendo.

El taller arriba propuesto contiene materias que se imparten dentro del programa de estudios de la facultad de ciencias de la comunicación de la UVAQ, por lo que no habría problema alguno en contar con el material de apoyo que sirva a los alumnos interesados en liberar su seguro social de esta manera.

Lo que se propone con esta dinámica es que aquellos estudiantes de comunicación puedan impartir estas capacitaciones solamente si ya las han cursado ellos previamente, para de esta manera contar con el conocimiento básico que ayude a manera de refuerzo el hacer un pequeño programa para la enseñanza del mismo.

El modelo propuesto sería primero sometido a consideración de la Facultad de Comunicación de la UVAQ y del párroco de la iglesia para que se le dé la seriedad y formalidad que merece.

GLOSARIO

Autocensura; 27

Limitación o censura que se impone uno mismo.

Beatas; 74

Significa Santas, este es un proceso en el cual el Papa declara en nombre de la Iglesia si se ha vivido una vida de santidad, y se ha realizado un milagro después de la muerte o de ser mártir.

Cartas pastorales; 78

Epístolas canónicas que se transmiten en misa con el propósito de instruir y moralizar para que sirvan a la comunidad de guía en la vida diaria.

Censura; 27

Consiste en cualquier intento de prohibir la información, los puntos de vista o formas de expresión.

Consagración; 96

Del Hebreo *qâdash*, que quiere decir "ser santo", "hacer santo", "consagrar", "dedicar", "santificar"; y del Griego *haguiázo*, que significa "santificar", "reverenciar". En sentido bíblico, es la dedicación de alguna cosa o persona para un propósito sagrado, con la implicación de que el objeto o la persona así dedicada está separada del uso común. Ex la consagración del pan y el vino en el cuerpo y sangre de Jesucristo.

Dicotomía; 53

Poner división entre dos cosas tangibles o intangibles

Doctrina; 74

Del latín *doctrina*, significa un conjunto coherente de enseñanzas o instrucciones que pueden ser:

- un cuerpo de enseñanzas basadas en un sistema de creencias.
- principios o posiciones respecto a una materia o cuestión determinadas.
- una serie de enseñanzas sobre una rama de conocimiento o de ciencia concreta.

Para la Iglesia Católica, doctrina es toda verdad enseñada por la Iglesia como necesaria de creer.

Dogma; 76

Es una doctrina sostenida por una religión u otra organización de autoridad y que no admite réplica. En la doctrina católica, se entiende que las verdades reveladas se convierten en dogmas cuando son definidas o propuestas por la Iglesia Católica.

Los dogmas en la religión no tienen otra prueba que sí mismos, porque dependen de la fe en la revelación divina.

Eficiencia; 27

La palabra eficiencia proviene del latín *efficientia* que en español quiere decir, acción, fuerza, producción.

Eficiencia tiene varios significados:

- En economía la eficiencia es la capacidad administrativa de producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos, el mínimo de energía y en el mínimo de tiempo posible.
- Virtud y facultad para obtener un efecto deseado.
- Acción para lograr este efecto.
- Competencia en el cargo que se ocupa.
- Aptitud para realizar un trabajo o una labor.

Encíclica; 68

Las encíclicas son cartas públicas y formales del Sumo Pontífice que expresan su enseñanza en materia de gran importancia. Pablo VI definió la encíclica como "un documento, en la forma de carta, enviado por el Papa a los obispos del mundo entero".

Las encíclicas se proponen:

- Enseñar sobre algún tema doctrinal o moral
- Avivar la devoción
- Condenar errores
- Informar a los fieles sobre peligros para la fe procedentes de corrientes culturales, amenazas del gobierno, etc.

Por definición, las cartas encíclicas formalmente tienen el valor de enseñanza dirigida a la Iglesia Universal. Sin embargo, cuando tratan con cuestiones sociales, económicas o políticas, son dirigidas comúnmente no solo a los católicos, sino a todos los hombres y mujeres de buena voluntad

Debido al peso y la verdad que contienen, todo fiel debe concederle a las encíclicas asentimiento, obediencia y respeto.

De acuerdo a la materia de que tratan, las encíclicas pueden ser:

1. Encíclicas Doctrinales. Desarrollan extensamente la doctrina que el Papa propone en la misma. Muchas de estas han marcado significativamente la vida de la Iglesia.
2. Encíclicas Sociales. Mientras que son articuladas en diferentes maneras y aplicadas a varios problemas, el corazón de las enseñanzas de los Papas ha sido la defensa de la persona humana creada a imagen y semejanza de Dios.
3. Encíclicas Exhortatorias. Su propósito principal es ayudar a los católicos en su vida sacramental y devocional. Al no estar enmarcadas en vista a una controversia doctrinal o teológica, estas encíclicas expanden la dimensión del misterio Cristiano, como una ayuda para la Piedad.
4. Encíclicas Disciplinarias. Tratan cuestiones particulares disciplinarias o prácticas.

Fidelidad; 49

Reproducción exacta del sonido

Indulgente; 78

Inclinado a perdonar, es decir es conciliador y humano.

Ineficacia; 27

Es la incapacidad de lograr un efecto deseado o esperado, es decir cuando no se es Efectivo.

Infalibilidad; 79

Asistencia especial del Espíritu Santo concedida por Dios a la Iglesia, para permitirle conservar intactas las verdades reveladas y transmitir las fielmente.

Intransigente; 78

Severo, que es intolerante. En este caso quiere decir que la verdad de la Iglesia es fiel y apegada a sus principios, no es maleable ni manipulante.

Jurisdicción; 76

Del Latín *iurisdictio*, que quiere decir *el derecho*, es la potestad, derivada de la soberanía de una Institución, de aplicar el derecho en el caso concreto, resolviendo de modo definitivo e irrevocable la controversia.

Kyrie; 56

Del griego *Kyrios*, que quiere decir Señor. Deprecación que al principio de la misa, después del introito, se hace al Señor, llamándole con esta palabra griega. Equivale a Adonai en Hebreo

Liturgia; 66

Adoración pública. En el A.T. eran los ritos hechos por los sacerdotes y levitas en el Templo, especialmente los relacionados con el "sacrificio eterno", Num.28:3, Ex.29:42.

En el N.T. son los ritos públicos de adoración oficiales de la Iglesia de Cristo, especialmente, el Sacrificio de la Eucaristía, de la Santa Misa, Mt.26: 26-29, Mr.14, Lc.22, 1 Cor.11:23-30, 10:19-21, Hch.2:42

Misterio; 103

Ceremonia de iniciación para un culto

Omnipotente; 65

Del Latín *omnis*, todo y *potens*, poderoso, quiere decir el todopoderoso, que tiene autoridad absoluta.

Ruido, 27

En el medio ambiente y en el ámbito de la comunicación sonora se define como ruido todo sonido no deseado.

Sacramento; 104

Acto religioso que tiene por objeto la santificación de una persona. Los Sacramentos de la Iglesia Católica son 7: Bautismo, Confirmación, Eucaristía, Penitencia, Extremaunción, Orden y Matrimonio.

BIBLIOGRAFÍA

- *A. C Leyton. *Dinámica de las Comunicación*, Anaya, 1968

- *AILES, Roger y KRAUSHAR, Jon. *Tú eres el mensaje*, Paidós, 1982

- *BULTMAN, Rudolf. *Teología del Nuevo Testamento*, Sígueme Salamanca, 1970

- *CIRIGLIANO, F. J. Gustavo y VILLAVERDE, Aníbal. *Dinámica de grupos y educación. Fundamentos y técnicas*, el Ateneo, 1990

- *DE LA TORRE Zermeño y DE LA TORRE Hernández. *Taller de Análisis de la Comunicación1*, Mc. Graw Hill, 1986

- *DOMINICK, Joseph R. *La dinámica de la comunicación masiva*, Mc Graw Hill, 1992

- *ECHEVERRÍA, R. *Ontología del Mensaje*, Dolmen, 1994

- *F. VERDERBER, Rudolph. *Comunicación oral efectiva*, International Thompson, 11ª edición

- *GOMEZJARA, Francisco A. *Sociología*, Porrúa, 1967

- *GONZALEZ Morfín, Adalberto. *Jesucristo-Palabra y Palabra de Jesucristo*, Jus, 1962

- *HERNÁNDEZ, Sampieri, Roberto. *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, 3 edición, 2003

- *K. Berlo, David. *El proceso de la comunicación*, el Ateneo, 1960

- *FERNANDEZ Collado. *La Comunicación humana en el mundo contemporáneo*, Mc Graw Hill, 1988

- *MALDONADO, Luís. *La Homilía: Predicación, Liturgia, Comunidad*, Paulinas, 1993
- *MC QUAIL, Denis. *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*, Paidós, 1990
- *MORENO, Basurto Luz. *Comunicación y Negociación*, ITESM, Mayo 2009
- *NIGHTINGALE, Virginia. *El estudio de las audiencias, impacto de lo real*, Paidós, 1972
- *RIVEIRO, Lair. *La Comunicación eficaz*, Urano, 2005
- *ROJAS, Soriano R. *Investigación Social: Teoría y Praxis*, plaza y valores, México, 1995
- *ROSAS, Uribe Myrna Estela. *Guía práctica de investigación*, Trillas, 2007
- *VARGAS, Gaby, *Comunícate, cautiva y convence*, Aguilar, 2005
- *WEST, Richard y H. Turner, Lynn. *Teoría de la Comunicación: Análisis y Aplicación*, McGraw Hill, n1992

FUENTES ELECTRÓNICAS

- www.corazones.org/diccionario/liturgia_terminos.htm#Homilía
- www.maic.net/diccionario/e-g.htm#Evangelio
- [www.vatican .va/holy](http://www.vatican.va/holy)
- Pequeño Larousse Ilustrado
- Diccionario de la Real Academia Española
- es.wikipedia.org/wiki
- <http://www.bibliaonline.net/scripts/diccionario.cgi>
- <http://biblia.com/diccionario/h.htm>
- http://www.corazones.org/articulos/clasificacion_documentos_pontificios.htm#Carta%20Apostólica
- <http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/580/2289/articulo.php?id=24066>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ElementosDelProcesoComunicativo>
- <http://html.rincondelvago.com/comunicacion-interpersonal-y-de-masas.html>
- <http://www.conferenciaepiscopal.es/mcs/jornada/lemas.htm>
- http://212.77.1.247/holy_father/paul_vi/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19740516_viii-com-day_sp.html

OTRAS FUENTES

ENCÍCLICAS Y MENSAJES PONTIFICIOS

-Su Santidad PIO XI

Encíclica: "**Quas Primas**": Sobre la fiesta de Cristo Rey

Diciembre de 1925

- Su Santidad PABLO VI

Encíclica: "**Inter Mirífica**" sobre los medios de comunicación social

Diciembre de 1963

-Su Santidad PABLO VI

Encíclica: "**Ecclesiam Suam**": El mandato de la Iglesia en el mundo contemporáneo

Agosto 1964

-Su Santidad PABLO VI

Encíclica: "**Evangelii Nuntiandi**": Compromiso evangelizador

Diciembre de 1965

-Su Santidad PABLO VI

Mensaje de la XII Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "La dignidad del hombre como receptor y los mensajes de esperanza y verdad que deben emitirse"

1968

-Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje de la XIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "La infancia, las responsabilidades de los adultos, el desarrollo mediático de los niños y la familia"

1979

-Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje para la VII Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "Las comunicaciones sociales y la evangelización en el mundo contemporáneo"

Mayo 1974

-Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje para la XIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "Las contribuciones de las comunicaciones en la familia, especialmente en la vida de los jóvenes"

1980

-Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje para la XIX Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "La promoción cristiana de la juventud para ser capaces de extender la Palabra de Dios en los jóvenes y así realicen en libertad su vocación personal"

1985

- Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje para la XX Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "Reforzar los instrumentos de la comunicación en todas las diócesis para que contribuyan a dar a la opinión pública una orientación cristiana"

Enero de 1986

- Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje para la XXV Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "La Instrucción Pastoral *Communio et progressio*: que los medios de comunicación conduzcan a la fraternidad, la comprensión del otro y avanzar en el destino humano"

1991

- Su Santidad Juan Pablo II

Mensaje para la XXXI Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "Orientar las buenas intenciones de los comunicadores para que así, comuniquen a Cristo, el bien y la verdad"

1997

- Su Santidad Benedicto XVI

Mensaje para la XLI Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "Los niños y los medios de comunicación social: un reto para la educación"

2007

-Excmo. SUAREZ, Inda Alberto, Arzobispo de Morelia

Discurso: "Presencia del Párroco en la comunidad"

Marzo del 2007

-Excmo. SUAREZ, Inda Alberto, Arzobispo de Morelia

Discurso: "Los laicos, hombres de Iglesia en la corazón del mundo"

Septiembre del 2007

OTRAS FUENTES

TESIS

-Tesis Universidad Iberoamericana, 1992: Dorantes, Rodríguez Carlos Héctor "Hacia la Construcción de un instrumento de Medición del nivel de Religiosidad en Estudiantes"

-Tesis UVAQ, 1999: Ledesma, Balvanera Mónica Olibana "El Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Morelia"

-Tesis Universidad Iberoamericana, 1998: Pareja, Herrera Guillermo "El fenómeno Religioso: Una comprensión Fenomenológica y existencial para el desarrollo humano"

-Tesis Universidad Iberoamericana, 1983: Sánchez Corral, Fernández Elsa "Congruencia entre la Practica Social de los Católicos y los Principios de su religión"

ANEXOS

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE TEOLOGÍA

SEMINARIO DIOCESANO DE MORELIA 2007-2008

El programa de estudios que el Seminario Diocesano nos proporcionó tiene su inicio a partir del curso de Teología, el cual cómo podemos observar, comienza después de tres años de Filosofía y tiene una duración de 4 años, en el que se imparten pocas materias concernientes a la comunicación como lo detallamos a continuación.

PRIMERO DE TEOLOGÍA

AREA LITÚRGICA

LITURGIA FUNDAMENTAL

OBJETIVO

Ofrecer los lineamientos generales de la Liturgia, de tal manera que el alumno descubra los principios fundamentales que deben informar las distintas acciones litúrgicas prescritas a fin de que adquiera el verdadero espíritu del culto y de la liturgia y logre una auténtica vivencia de la misma.

TEMAS Y SUBTEMAS:

1. INTRODUCCIÓN GENERAL

1.1 Fundamentos

2. ANÁLISIS DEL CONCEPTO DE "CULTO"

2.1 Hacia un concepto o definición de Liturgia

2.2 Lo que no es Liturgia

2.3 Que es Liturgia

3. EL CULTO EN ISRAEL

3.1 Jesús y el Culto

3.2 La comunidad Cristiana ante el Culto

4. HISTORIA DE LA LITÚRGIA

4.1 Aparición de los libros litúrgicos- Reforma Gregoriana

4.2 Reforma Gregoriana- Trento

4.3 Trento- Vaticano

5. EL MOVIMIENTO LITÚRGICO

5.1 Concilio Vaticano II

5.2 Documentos Post Conciliares

5.3 Medellín 68, Puebla 79, Sto. Domingo 72

6. ANÁLISIS DE LA RENOVACIÓN LITÚRGICA

6.1 La constitución "Sacrosanctum Concilium" (Introducción y Capítulo 1)

6.2 La Liturgia en Medellín y Puebla

6.3 Encarnación de la Liturgia en las culturas

6.4 Liturgia y religiosidad Popular

6.5 Pluralismo, adaptabilidad y creatividad litúrgica

7. DIMENSIÓN TRINITARIA CRISTOCÉNTRICA DE LA LITÚRGIA

7.1 Perspectiva Trinitaria y Misterio Pascual en la Liturgia

7.2 Su incidencia en la vida y en la Historia

7.3 Relación entre la Liturgia terrena y la Liturgia celeste

8. DIMENSIÓN ECLESIAL DE LA LITÚRGIA

8.1 Expresión y edificación de la humanidad cristiana

8.2 La Iglesia: comunidad cultural o sacerdotal

8.3 La asamblea litúrgica

8.3.1 Características y fomento de la participación

8.3.2 Diversos ministerios en la Asamblea

8.3.3 Diversas competencias en materia litúrgica

8.3.4 La legislación, su espíritu y obligatoriedad

ARTE Y LITÚRGIA

OBJETIVO

Capacitar al alumno para que conozca las formas artísticas y sepa adoptarlas válidamente al ambiente celebrativo del culto cristiano.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. HISTORIA DEL ARTE

2. CONOCIMIENTO DE LAS NORMAS

2.1 De la Iglesia sobre construcción y adaptación de lugares de culto, monumentos y utilería del culto cristiano.

2.2 De la autoridad civil en cuanto a conservación de monumentos históricos.

3. PASTORAL LITÚRGICA DEL ARTE SACRO

MÚSICA Y CANTO LITÚRGICO

OBJETIVO

Capacitación del alumno para conocer los principales géneros musicales y las disposiciones conciliares y post conciliares sobre la materia para que aprenda a discernir sobre el recto uso del canto y la música en la celebración litúrgica.

TEMAS Y SUBTEMAS

3. HISTORIA DE LOS GENEROS MUSICALES

4. DOCUMENTOS DE LA IGLESIA SOBRE LA MUSICA Y CANTO EN LA CELEBRACION LITURGICA

5. APLICACIÓN PASTORAL DE ESTAS NORMAS DE LA IGLESIA A NUESTRAS DIVERSAS CELEBRACIONES LITURGICAS

SEGUNDO DE TEOLOGÍA

SANTIFICACIÓN DEL TIEMPO

OBJETIVO

Conocer el calendario litúrgico cristiano, para descubrir la forma en que la Iglesia celebra la obra salvífica de Cristo, teniendo como eje semanal el llamado "Día del Señor", es decir, el domingo, en el que se conmemora la resurrección de Cristo y eje anual de la celebración de la pascua.

Por otra parte, entender el desarrollo del ciclo anual donde se celebra todo el misterio de Cristo, que va desde la Encarnación y la Navidad, hasta la Pascua, Ascensión y Pentecostés, con la expectativa de la venida gloriosa del Señor.

Finalmente, entender el sentido y lugar del culto a María, a los santos y la santificación del tiempo con la oración (Cfr. S.C. 102)

TEMAS Y SUBTEMAS

INTRODUCCIÓN

1. EL TIEMPO DE LA LITÚRGIA

- 1.1 Liturgia y ritmos cósmicos
- 1.2 El ciclo semanal
- 1.3 El ciclo Pascual anual
- 1.4 Los aniversarios

2. EL DOMINGO Y LA SEMANA

- 2.1 Historial del Domingo
- 2.2 Teología del Domingo
- 2.3 Celebración del Domingo
- 2.4 Los Domingos "per annum"
- 2.5 La Semana
 - 2.5.1 El miércoles, el viernes y el sábado
 - 2.5.2 El transcurso de la semana
 - 2.5.3 El principio de estaciones

3. EL AÑO LITÚRGICO

4. EL CICLO PASCUAL

4.1 La Vigilia Pascual

4.1.1 El orden y la evolución

4.1.2 Celebración de la noche santa

4.2 El Triduo Pascual

4.2.1 El orden y evolución

4.2.2 Celebración

4.3 El tiempo Pascual

4.3.1 El origen y evolución

4.3.2 Celebración del tiempo pascual

4.4 Preparación de las Pascuas

4.4.1 El origen y evolución de la Cuaresma

4.4.2 Celebración de la Cuaresma

5. EL TIEMPO DE NAVIDAD

5.1 Origen de la Navidad y de la Epifanía

5.2 Celebraciones

5.3 Preparación

6. LAS FIESTAS DEL SEÑOR EN EL TIEMPO "PER ANNUM"

7. EL CULTO A MARÍA

8. EL CULTO A LOS SANTOS

8.1 El culto a los Mártires

8.2 El Calendario Romano

8.3 Celebración Litúrgica

9. LA ORACIÓN DE LAS HORAS

- 9.1 La oración Judía en el tiempo de Jesús
- 9.2 El ejemplo de la oración de Jesús
- 9.3 El ideal de la comunidad apostólica: orar sin cesar
- 9.4 Las horas de la oración cristiana y su simbolismo en la Iglesia del siglo III.
- 9.5 La oración comunitaria de las horas después de la paz en la Iglesia del siglo IV-VI
- 9.6 Sobrecarga y decadencia del ritmo de las horas
- 9.7 Verdad de las horas redescubiertas en el Concilio Vaticano II

10. LA LITÚRGIA DE LAS HORAS, ORACION DE LA IGLESIA

- 10.1 La liturgia de las horas, oración con los Salmos
- 10.2 Los demás elementos de la Liturgia de las horas
- 10.3 Diversas realizaciones de la Liturgia de las horas
- 10.4 Estructura y espiritualidad de cada una de las horas

11. LOS SACRAMENTOS

- 11.1 Consagración de vírgenes y profesión religiosa
- 11.2 Dedicación de una Iglesia y de los altares
- 11.3 Las Bendiciones

TERCERO DE TEOLOGÍA

SACRAMENTOS DE INICIACIÓN

OBJETIVO

Comprender la naturaleza sacramental de la economía de la salvación en la Iglesia, ubicando en ella los siete sacramentos, signos de fe, como encuentros personales con Cristo en las situaciones más significativas de la vida del hombre y prepararse a celebrarlos a celebrarlos como ministros a favor del pueblo de Dios.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. HISTORIA

- 1.1 Historia de la iniciación Cristiana en general
- 1.2 Historia y lecciones del catecumenado
- 1.3 Historia del Bautismo en los niños

2. LITÚRGIA DEL BAUTISMO

- 2.1 El "Ordo Initiationis Christiennae Adultorum"
- 2.2 El nuevo ritual del bautismo de niños
 - 2.2.1 Implicaciones teológicas y pastorales

3. LITÚRGIA DE LA CONFIRMACIÓN

- 3.1 Problemática que se plantea y presupuestos doctrinales
- 3.2 Síntesis histórica de la Confirmación y de su relación con los demás sacramentos de iniciación cristiana.
- 3.3 La reforma del ritual
- 3.4 Análisis del ritual con sus implicaciones teológicas, litúrgicas y pastorales.

4. LITÚRGIA EUCARÍSTICA

- 4.1 Primera reconciliación
- 4.2 Primera participación en la Eucaristía
- 4.3 Directorio de misas con niños.

SACRAMENTO DE LA UNCIÓN DE LOS ENFERMOS

OBJETIVO

Comprender la evolución histórica del sacramento, especialmente en el aspecto litúrgico. Valorar los aspectos teológico – litúrgicos y las implicaciones pastorales del nuevo ritual. Señalar algunas recomendaciones practicas que fomenten una adecuada pastoral de enfermos.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA

- 1.1 Siglos I-V
- 1.2 Siglos V a VII-VIII
- 1.3 Siglos VII-VII al XI
- 1.4 Siglos XII al XVI
- 1.5 Siglos XVI hasta antes del Vaticano II

2. EL NUEVO RITUAL DE LA UNCIÓN DE ENFERMOS Y SUS IMPLICACIONES LITÚRGICO – PASTORALES

- 2.1 Historia de la elaboración del nuevo ritual
- 2.2 El ritual: Aspectos bíblicos y dogmáticos
- 2.3 Cambios de mentalidad y praxis pastoral que supone en nuevo ritual: usos y abusos.

LITÚRGIA DEL ORDEN SACERDOTAL Y MINISTERIOS

OBJETIVO

Conocer los elementos más significativos de las diversas etapas de la historia de la liturgia del Orden Sacerdotal y de los ministerios.

Contenidos teológico – litúrgicos del nuevo ritual del sacramento del orden y de los rituales para los ministerios.

Conocer cada una de las partes de la celebración litúrgica de las ordenaciones y de los ministerios y sus exigencias pastorales.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. HISTORIA

- 1.1 Historia de la Liturgia de las ordenaciones
- 1.2 Historia de Liturgia de los ministerios

2. LA CELEBRACIÓN LITÚRGICA Y SUS EXIGENCIAS PASTORALES

- 2.1 La celebración litúrgica de las ordenaciones (Diaconado-Presbiterado-Episcopado) y sus exigencias teológica – pastorales a partir del conocimiento de los respectivos rituales.
- 2.2 La celebración litúrgica de los ministerios (lectorado – presbiterado, candidatura al diaconado y presbiterado) sus exigencias pastorales dentro y fuera del seminario
- 2.3 Pistas para un ritual de ministerios reconocidos, no instituidos

CUARTO DE TEOLOGÍA

LITÚRGIA DEL SACRAMENTO DE LA RECONCILIACIÓN

OBJETIVO

Comprender la evolución histórica que ha tenido este sacramento, sobre todo en el aspecto litúrgico.

Reflexionar sobre el contenido teológico de la conversión a partir de los prenotandos del nuevo ritual.

Conocer el nuevo rito de la reconciliación con todas las exigencias que comporta su aplicación a la vida del cristiano, de tal forma que se revitalice la praxis litúrgica de este sacramento.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. HISTORIA

- 1.1 Penitencia pública y canónicas (SS. I-VI)
- 1.2 Penitencia tarifada (SS. VII-XI)
- 1.3 Penitencia privada (SS. XII-XX)
- 1.4 Penitencia en el concilio de Trento
- 1.5 El nuevo ritual del sacramento. Vaticano II

2. EL NUEVO "ORDO PENITENTIAE"

- 2.1 Aspectos bíblicos subrayados por el nuevo ritual
- 2.2 Aspectos dogmáticos subrayados por el nuevo ritual
- 2.3 Aspectos litúrgicos importantes del nuevo ritual
- 2.4 Aspectos del ritual que parecen requerir un desarrollo o profundización mayor o una apertura a futuras evoluciones, v. gr. La absolución general.
- 2.5 Tareas y exigencias pastorales del nuevo ritual

LITÚRGIA EUCARÍSTICA

OBJETIVO

Conocer el origen de la Pascua Cristiana desde la Pascua Judía; la institución de la Eucaristía como signo salvífico fundamental; su estructuración desde la Iglesia primitiva hasta la "Institutio Generalis Missalis Romani" y documentos subsiguientes o afines.

Asimilar el contenido de la Eucaristía como Pascua del Señor, como banquete memorial y sacrificial de alabanza.

Lograr una vivencia de la celebración Eucarística como principal fuente y culmen de la vida cristiana y que se traduce en un comportamiento de edificación del reino.

TEMAS Y SUBTEMAS

- 1. ESTUDIO ANTROPOLÓGICO - RELIGIOSO DE "COMIDA", "SACRIFICIO", "MEMORIAL", "COMUNION"**
- 2. ORIGEN Y CELEBRACIÓN DE LA PASCUA JUDIA**
- 3. LA PASCUA DE CRISTO**
- 4. LA EUCARISTÍA, MEMORIAL DEL SEÑOR, ALIANZA, BANQUETE PASCUAL, SACRIFICIO DE ALABANZA.**
- 5. DESARROLLO HISTÓRICO DE LA CELEBRACIÓN EUCARÍSTICA CRISTIANA.**
- 6. LA CONSTITUCIÓN APOSTÓLICA "INSTITUTIO GENERALIS MISSALIS ROMANI"**
- 7. MANEJO DEL MISAL ROMANO**
- 8. EL LECCIONARIO**
- 9. PRESIDENCIA DE LA CELEBRACION EUCARISTICA**

- 10. CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE LA CELEBRACIÓN, ORNAMENTOS, OBJETOS SAGRADOS**
- 11. LA CELEBRACIÓN DE LA MISA CON GRUPOS PARTICULARES**
- 12. EL CULTO EUCARÍSTICO FUERA DE LA MISA**

LITÚRGIA DEL MATRIMONIO

OBJETIVO

Conocer la historia del matrimonio y sus implicaciones religiosas desde el paganismo hasta el sacramento cristiano. A partir de los prenotados del nuevo ritual imbuirse de la teología litúrgica del matrimonio.

Conocer el rito y sus implicaciones litúrgico – pastorales.

TEMAS Y SUBTEMAS

- 1. HISTORIA DEL MATRIMONIO EN LA ANTIGUA GRECIA Y ROMA Y EN NUESTRAS CULTURAS**
- 2. EL MATRIMONIO EN ISRAEL Y LA IGLESIA PRIMITIVA**
- 3. DESARROLLO DEL MATRIMONIO COMO SACRAMENTO QUE SE CELEBRA**
- 4. NUEVO RITUAL**
- 5. TEOLOGÍA DEL MATRIMONIO**
- 6. PASTORAL LITÚRGICA DEL MATRIMONIO**
- 7. PERSPECTIVAS PASTORALES DEL NUEVO RITUAL, SOBRE TODO EN ORDEN A LA INCULTURACIÓN**

HOMILÉTICA

OBJETIVO

Entender la práctica de la homilía, en función del crecimiento del pueblo de Dios.

TEMAS Y SUBTEMAS

5. LA HOMILÍA EN LA VIDA DEL PUEBLO DE DIOS

- a. Tradición Bíblica
 - i. Antiguo Testamento
 - ii. Judaísmo
 - iii. Nuevo Testamento
- b. Tradición Eclesiástica
 - i. Los primeros tres siglos
 - ii. Época Patrística
 - iii. Época Medieval
 - iv. Época Moderna
 - v. Época Contemporánea

6. LA HOMILÍA EN LOS DOCUMENTOS CONCILIARES Y EN LA EXPOSICIÓN POST CONCILIAR

- a. En el Vaticano II
 - i. En la Sacrosanctum Concilium
 - ii. En otros documentos
- b. En los libros litúrgicos
 - i. En el misal Romano
 - ii. En el ritual o el Pontifical Romano
- c. Experiencia post- conciliar
 - i. Exegesis Bíblica
 - ii. Análisis de las ciencias humanas
 - iii. La homilía en los últimos documentales eclesiológicos

7. LA HOMILÍA EN EL PROYECTO LITÚRGICO – PASTORAL

- a. La mesa de la palabra y la homilía
 - i. La lectio divina y escucha creyente
 - ii. La homilía como interpretación mediativa
 - iii. Las funciones de la palabra y la homilía
- b. La homilía, parte de la celebración
 - i. Las intervenciones espontaneas y el discurso Homilético
 - ii. Los modelos del desarrollo de la celebración y de la homilía
 - iii. Sujeto y forma del discurso Homilético
 - iv. El presidente homileta
 - v. Los fieles en el argumento Homilético
 - vi. Las formas de la comunicación homiletica