

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO 3

LA COMUNICACIÓN Y LA RELIGIÓN

Dada la importancia de conocer la sociedad y sus relaciones internas, se hace necesario establecer la relación entre la Comunicación y la Religión. Una vez establecido el significado de ambos términos para este trabajo, profundizaremos en ambos fenómenos sociales.

3.1 EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

La Comunicación está siempre presente en la vida diaria, además de ser una necesidad básica. el hombre la requiere para entenderse entre sus semejantes.

Para Wilbur Schramm, “la investigación de la Comunicación trata de todas las formas en que se efectúa el intercambio de las ideas y en que éstas se comparten”.¹

La Comunicación es de vital importancia para el hombre, tan valiosa como respirar, ya que como enfatiza Schramm, “la comunicación es un proceso –quizá el proceso social fundamental. Sin la comunicación, no existirían los grupos humanos y las sociedades. Difícilmente se puede teorizar ó proyectar una investigación en un campo cualquiera del comportamiento humano, sin hacer algunas suposiciones acerca de la comunicación humana”.²

La Comunicación es básica para entender el comportamiento humano. El estudio de la Comunicación ha atraído el interés de científicos sociales, encargados de investigar las ciencias sociales, las ciencias que analizan la conducta humana: la psicología, la sociología, la antropología, la semiótica, la historia, la lingüística, la política, la economía. De hecho, la Comunicación como ciencia está relacionada con las ciencias sociales, forma parte de ellas y ha tomado conocimientos prestados de cada una de las ciencias mencionadas.

Al respecto, el autor español Miguel de Moragas aboga por una perspectiva interdisciplinaria que involucre a las ciencias sociales en el análisis de los fenómenos comunicativos. Como él mismo sostiene, “la investigación de la comunicación no ha estado separada de la evolución y debate de las ciencias sociales en general (Sociología, Psicología, Economía Política, Antropología Social y otras): la Comunicación, más que una ciencia, es un proceso que aparece tanto en los niveles cognoscitivos del individuo como en su acción social”.³ Así, de esta manera, contando con un enfoque

multidisciplinario, se enriquece y facilita el entendimiento de los procesos comunicativos.

En cuanto al proceso comunicativo, Schramm señala que “en su forma más simple, el proceso de comunicación consiste en un transmisor, un mensaje y un receptor”.⁴

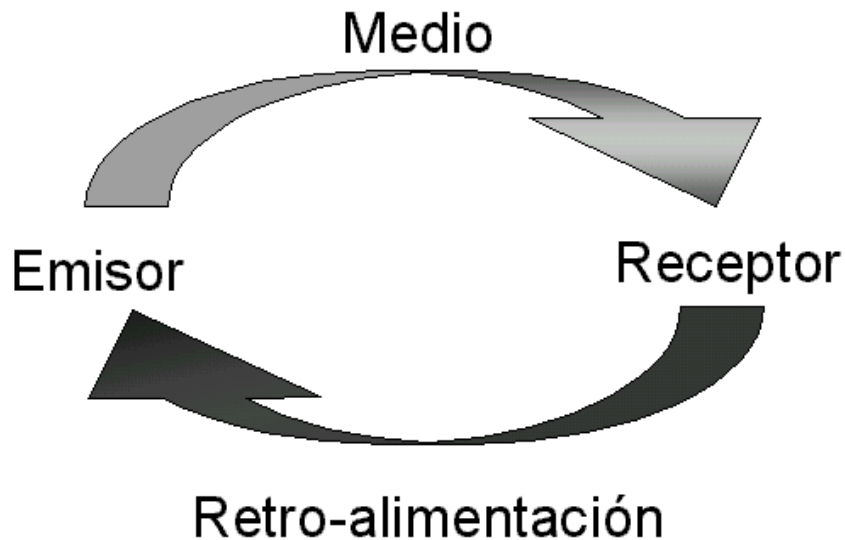


Fig. 3.1 Diagrama simple del proceso de comunicación

El transmisor emite el mensaje hacia el receptor esperando una respuesta; esta es, básicamente, la forma como se da el proceso comunicativo. El emisor lanza su señal la cual tiene un significado para él, y para el receptor el significado que lea en esa señal. En palabras de Schramm, “este es uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación: que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos”.⁵

Además “a la colección de experiencias y significados le llamamos *marco de referencia*, y decimos que una persona puede comunicarse solamente en función de su propio marco de referencia”.⁶ Creamos un mensaje con símbolos que conocemos y le damos a estos símbolos el significado que aprendimos que tienen, y de igual forma descifrar el mensaje con los símbolos y el respectivo significado que tienen.

En pocas palabras, el receptor sabrá sobre qué está hablando el transmisor si ambos manejan el mismo código. De igual manera, si se encuentran un inglés y un francés y ninguno de los dos ha aprendido el idioma del otro, no entenderán lo que dicen; ya sea que el inglés sepa francés ó viceversa, sólo así podrán comunicarse. Se necesita de un referente en toda comunicación para poder establecer contacto mutuo.

Schramm añade que “aunque parezca simple, un mensaje es una cosa muy complicada. No solamente sus signos tienen significados diferentes para diferentes personas; tiene también dos clases diferentes de significados: uno de éstos es el significado denotativo: el significado común ó de diccionario, que será

aproximadamente el mismo para todas las personas que usen el mismo diccionario ó vayan a la misma escuela. El otro es connotativo: el significado emocional ó evaluativo –qué bueno, qué poderoso, qué activo y qué peligroso es algo. Esto varía notablemente entre los individuos y aún con el tiempo para un mismo individuo”.⁷

En este punto, el investigador norteamericano David Morley menciona en efecto que los mensajes comunicacionales son polisémicos, o sea, que tienen varios significados y no solamente uno. Morley⁸ señala que la polisemia de los mensajes y su recepción por parte de las audiencias se apoya en tres puntos:

- 1) El mismo evento puede ser codificado en más de una forma.
- 2) El mensaje siempre contiene más de una lectura (interpretación). Los mensajes proponen y prefieren ciertas lecturas sobre otras, pero nunca pueden cerrarse completamente a una sola interpretación: permanecen polisémicos.
- 3) La comprensión del mensaje constituye una práctica problemática, por más transparente y natural que parezca. Los mensajes codificados de una manera siempre podrán ser leídos de una forma diferente.

De estos tres puntos es que surgen efectos de la comunicación⁹ tales como el de conversión y persuasibilidad, la manipulación y la excitación colectiva. Respecto al efecto de conversión y persuasibilidad se produce íntimamente ligado al de persuasibilidad y ambos son elementos de cambio en las opiniones o creencias del público. Algunos de los factores y condiciones que contribuyen a que se den en nuestra sociedad diversos procesos de conversión y persuasibilidad, son:

- Los grupos y las normas aceptadas y practicadas por estos mismos grupos.
- La influencia de un individuo o imagen hacia otro(s) individuo(s) o masa social.
- La persuasibilidad empleada.

El efecto de manipulación es el propósito de guiar a un público hacia la adopción de conductas y actitudes predeterminadas. La principal característica de este efecto consiste en que las personas no son conscientes de su manipulación.

El efecto de excitación colectiva es el estado de tensión que puede darse entre el público y que influye tanto en la naturaleza del mensaje como en su frecuencia de transmisión, y que puede traducirse en un estado de excitación entre los auditorios, individual ó masivamente.

Respecto al significado de los mensajes, la autora estadounidense Ellen Seiter apunta que “la semiótica es el estudio de todo aquello que puede usarse para comunicar, desde las palabras y las imágenes hasta las señales de tráfico, las flores, la música y los síntomas médicos. Estudia la forma en que dichos signos comunican algo y las reglas que gobiernan su uso”.¹⁰

Según la semiótica, los mensajes comunicacionales “se apoyan en signos, todo aquello que, con base en convenciones sociales previamente establecidas, puede tomarse como algo que representa otra cosa”.¹¹

En este caso, las religiones manejan símbolos como la cruz, la estrella de David, La Rueda de Renacimientos, los cuales contienen un mensaje que el creyente identifica con una serie de valores a seguir. Por ejemplo, la Rueda de Renacimientos del Budismo es un recordatorio de que para lograr la iluminación o perfección espiritual, hay que romper con este ciclo, y esto se logra mediante reglas que llevan a una conducta disciplinada y de autoevaluación, en este caso, seguir el Camino de Ocho Pasos.

El investigador norteamericano John Fiske señala a su colega francés Ferdinand Saussure, quien comenta que cada signo “está compuesto por un significante (la imagen, objeto ó sonido en sí mismo), y un significado (el concepto que representa). Para Saussure, la relación entre el significante y el significado en el lenguaje verbal es convencional, arbitraria: [...] no hay relación necesaria entre el significante y el significado: la relación está determinada por convenciones, reglas ó acuerdos entre los usuarios”.¹²

Respecto al proceso de la comunicación, enfatiza González Alonso que “el complemento de todo acto de comunicación, y además su razón de ser, es el receptor. De hecho, la mayoría de los mensajes son concebidos y emitidos de acuerdo con la imagen o concepto que se tiene del receptor. Éste, a su vez, recibe el mensaje de acuerdo con la imagen o concepto que tiene el emisor o que se forma a partir del mensaje mismo. El receptor decodifica el mensaje. Sus actitudes y su nivel académico y social, influirán en la interpretación que dé a éstos. Reiteramos: el emisor y el receptor son los elementos más importantes en el acto de comunicación”.¹³

Una vez que el mensaje llega al receptor, se espera por parte de éste una respuesta, una reacción que le haga saber al emisor si su mensaje ha sido captado ó no. A esta fase del proceso comunicativo se le llama retroalimentación (conocida en inglés como *feedback*).

En cuanto a éste termino, Schramm explica, “por retroalimentación, se entiende la información que proviene en retroceso, del receptor al transmisor, y se le indica a éste cómo se desarrolla su mensaje”.¹⁴

Con la retroalimentación, se logra ajustar y complementar mejor la información, para asegurarse de que el proceso de la comunicación se esté llevando de forma clara y fluida. Sobre el receptor, González Alonso agrega que Schramm “lleva a cabo la esquematización de un caso en que el receptor esté en posibilidad de escoger un mensaje entre varios que se le presentan simultáneamente. A esta situación la define como factor de selectividad, el cual resulta de dividir la esperanza de recompensa entre el esfuerzo necesario para interpretarlo.”¹⁵

De esta forma vemos que el receptor no es un vegetal pasivo, sino que es totalmente activo al estar pendiente de los mensajes que se le mandan, y al responder se

convierte a su vez en emisor. Ilustrando este punto, al tener el individuo el sentido original de una religión, podrá darse cuenta de cuál es el líder que busca manipularlo y cuál es que busca mostrarle la manera de unirse a Dios, con lo que selecciona y discierne cuál es el sendero que lo llevará a dicha unión.

Para Schramm, la comunicación juega un rol importantísimo, latente, ya que sin ella no hubiera nacido civilización alguna, y él mismo responde la pregunta: “¿qué hace la comunicación en una sociedad? Mantiene las relaciones operantes entre individuos y entre grupos y naciones”.¹⁶

Por último, enfatiza sobremanera igualmente en la investigación de la comunicación, ya que ésta “trata de cómo se puede ser efectivo en la comunicación, cómo ser comprendido, cómo ser claro, cómo usa la gente los medios efectivos de comunicación, cómo pueden entenderse entre sí las naciones, cómo puede usar la sociedad los medios de masa con la mayor ventaja y, en general, cómo trabaja el proceso básico de la comunicación”.¹⁷

Sin embargo, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, podemos observar que los nuevos modelos de comunicación, donde los emisores y receptores evolucionan a endo-emisores, lo que indica un continuo flujo de información en la que ambos adquieren un papel relevante en el proceso. Para los usuarios de Internet esto queda claro al no ser solo receptores del mensaje, sino que tienen la capacidad de interactuar directamente con el emisor y modificar, ampliar, contrastar el antiguo mensaje unidireccional, en algo que podemos observar en el siguiente cuadro.

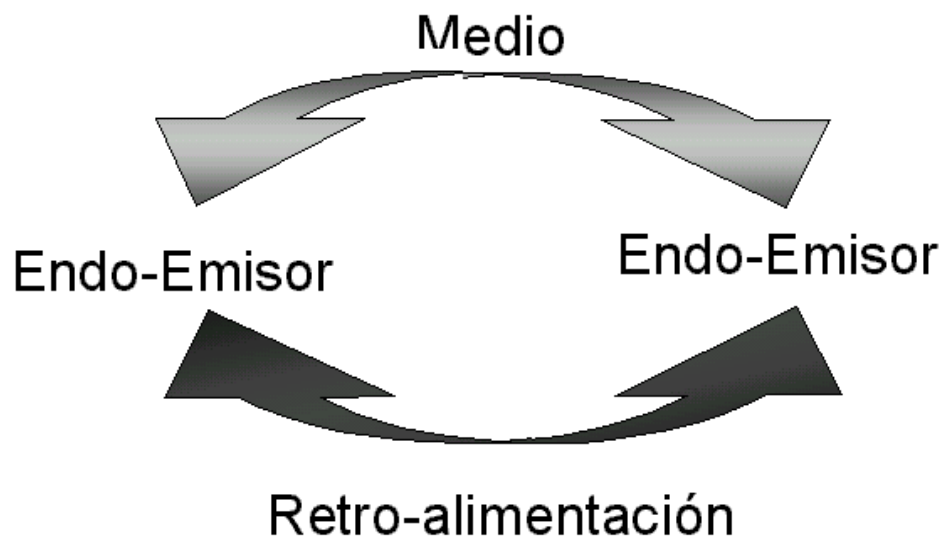


Fig. 3.2 Diagrama complejo del proceso de comunicación
Empleado en los medios interactivos como el Internet

3.2 RELACIÓN ENTRE RELIGIÓN Y COMUNICACIÓN

Como ya vimos, se explicaron las definiciones de religión y comunicación para poder comprender en qué consisten cada una. Como se recordará, también se abordó que

tanto la religión como la comunicación existen desde la aparición del hombre sobre la Tierra.

En este inciso abordaremos sobre la relación entre la religión y la comunicación y cómo esta relación influye en los miembros que integran a una sociedad.

¿Hay algo que caracterice a la religión? Por supuesto que sí. La socióloga norteamericana Caroline Hodges Persell¹⁸ indica que el sociólogo francés Emile Durkheim dio con esta respuesta, ya que con sus investigaciones identificó elementos clave comunes en todas las religiones, los cuales son tres:



- A) Un Sentido de la Divinidad
- B) El Ritual
- C) Existencia de una Comunidad

SENTIDO DE LA DIVINIDAD

Este sentido toma forma de la creencia en uno ó más seres espirituales.

RITUAL

El ritual es esencial en la religión, ya que “es una de las maneras en que los grupos sociales mantienen la identidad de lo sagrado y lo separan de las actividades mundanas”.¹⁹

Al respecto, Durkheim observó que “todas las religiones han establecido ritos ó reglas de conducta concernientes a cómo la gente debe comportarse en la presencia de objetos sagrados”.²⁰

EXISTENCIA DE UNA COMUNIDAD

El ritual contribuye a esta característica, la existencia de una comunidad de miembros, ya que las creencias religiosas pertenecen a un grupo. “Los individuos en el grupo se sienten unidos por su fe común, rituales, y la forma en que dividen el mundo en lo sagrado y en lo profano”.²¹

Malinowski dice que la experiencia de la religión es suficiente, ya que “es un cuerpo de actos contenidos los cuales son la realización de su propósito”.²²

Socialmente las instituciones religiosas cumplen con cinco funciones en la sociedad:



- 1) Sistema Compartido de Costumbres
- 2) Integración de la Sociedad
- 3) Fuente de Control Social
- 4) Fuente de Liderazgo Moral
- 5) Apoyo Personal

1) SISTEMA COMPARTIDO DE COSTUMBRES

Los humanos son seres que usan símbolos que necesitan sistemas de creencias y lenguajes. “Para muchos individuos y grupos, las creencias religiosas, prácticas, y comunidades, proveen un sistema compartido de costumbres que ofrecen un propósito. Sea que el propósito provenga de un sentido de apoyo social compartido y comunidad ó de un conjunto compartido de creencias”.²³

2) INTEGRACIÓN DE LA SOCIEDAD

La religión también puede funcionar para integrar a una sociedad. “Puede proveer valores y creencias compartidos que ayudan a unir a la gente a la comunidad”.²⁴

3) FUENTE DE CONTROL SOCIAL

La religión sirve como una importante fuerza de control social al proveer apoyo sagrado para muchos valores y normas sociales.

Durkheim sugiere que la religión ayuda a sostener la estructura de la sociedad. Esto sucede porque “las prácticas religiosas reflejan la organización de autoridad en un grupo ó sociedad”.²⁵

4) FUENTE DE LIDERAZGO MORAL

Cumple esta función al hacer referencia a un ser supernatural que estará disgustado con una persona que miente ó roba. Al proveer cánones morales en la sociedad, se buscan cambios sociales basados en la justificación religiosa.

5) APOYO PERSONAL

Esta función ofrece apoyo personal a los individuos. “Los rituales y creencias religiosas ayudan a calmar la ansiedad, definir la personalidad, apoyo familiar y otras identidades sociales”.²⁶

La religión, añade Hodges Persell, “ofrece ceremonias para celebrar ó llorar eventos mayores –nacimiento, pubertad, matrimonio y muerte– a través de bautismos, bar mitzvahs, bodas, y funerales. Estas ceremonias ofrecen apoyo social y aceptación comunitaria para los individuos involucrados”.²⁷

Como vemos, la religión reúne a una colectividad, en este caso una sociedad, ya que los miembros de la sociedad que forman parte de una religión comparten creencias, ceremonias, costumbres, siguen valores y normas, se apoyan unos a otros y llevan a un cambio social. De hecho, esto es en lo que estaba interesado Emile Durkheim: la religión en la sociedad.

Como mencionan Richard Gayles y Ann Levine, “Durkheim estaba interesado en las fuentes sociales y en lo que podría revelar el estudio de la religión acerca de la naturaleza de la vida social. Buscó las causas siempre presentes de la religión, las fuerzas sociales que mantienen a la religión en todas las sociedades”.²⁸ Sus investigaciones lo llevaron a concluir que todas las sociedades distinguen entre lo sagrado (*lo santo*, que debe tratarse respetuosamente) y lo profano (cosas de la vida diaria que no son importantes).

Durkheim asevera que, los miembros de una sociedad, al adorar a un dios, en realidad estaban celebrándose a ellos mismos, a la colectividad que representan. En efecto, mencionan Gayles y Levine que “Durkheim vio esta asociación entre lo sagrado y el clan como un indicio de la función de la religión. Al adorar al tótem, los miembros del clan estaban adorando a la sociedad. El dios del tótem, el principio totémico, no puede ser nada menos que el clan mismo, personificado y representado en la imaginación bajo la forma visible del animal ó vegetal que sirve como tótem”.²⁹

Por tanto, las doctrinas religiosas contribuyen a la solidaridad social al recordarle a los miembros que la integran los lazos que los unen, ya que “crea y mantiene comunidades morales. Las creencias religiosas refuerzan las normas y valores de grupo añadiendo una dimensión sagrada a la presión social cotidiana. Los rituales religiosos sostienen la solidaridad social manteniendo juntas a las personas para reafirmar sus vínculos comunes y recordar su herencia social”.³⁰ Se mencionó brevemente que la religión lleva al cambio social, lo cual presentó como resultado de sus trabajos de investigación el sociólogo alemán Max Weber (1864-1920). Esta conclusión resultó de su investigación hecha al calvinismo.³¹ Weber observó que en los países donde surgió el capitalismo (Alemania, Inglaterra, Suiza), líderes empresariales, obreros y banqueros eran protestantes.

¿Por qué era esto? Era debido a la ética protestante, la cual predicaba que con la ganancia, resultado del trabajo honrado, la gente tenía el favor de Dios. Como prueba de ello ponían a la Biblia: “¿Veis a un hombre diligente en su oficio? Estará ante reyes”.³² Como apuntan Gayles y Levine, “el calvinismo elevó a deber moral el ahorro, la inversión, el cálculo racional y la obtención de ganancias”.³³

Agrega además Caroline Hodges que Weber “enfaticó la importancia de las creencias espirituales para el desarrollo de formas económicas y materiales, no negó que las condiciones materiales también podían influenciar formas espirituales, y sugirió que en momentos particulares podemos ver la influencia posible de la cultura en la historia”.³⁴

Como hemos podido constatar, la Religión juega un papel importante, vital, en el desarrollo de la sociedad, ya que ha establecido patrones de conducta social para que el hombre los ponga en práctica hacia sus congéneres: respetar la vida, no robar, perdonar, etc. Todo ello para permitir un orden que le provea un mejor y pacífico modo de vida.

Por otro lado, la Comunicación es la que ha permitido que las Religiones florecieran; así tenemos la respuesta. Los discípulos, al descubrir que podían mejorar su vida aprendiendo a entonarse a Dios por medio de las enseñanzas escucharon a los iniciados (Jesús, Buda, Lao-Tsé, Zoroastro, etc.), después compartió este conocimiento con sus semejantes para que también alcanzaran esta meta, ya que éste es otro de los mandamientos que los respectivos iniciados de cada una de las ocho religiones le encomendaron a sus discípulos: compartirlo con los demás. En palabras del propio Jesucristo, “id por todo el mundo, y predicad el evangelio a toda criatura”.³⁵

González Alonso añade que “la comunicación desempeña una función primordial como la de transmisión del conocimiento y su consiguiente pervivencia de los valores sociales”.³⁶ En este caso, transmite el conocimiento de la religión y todos los valores que ésta conlleva para las generaciones posteriores.

Bien sabemos que un orador sin audiencia a quién dirigirse, es como si no existiera, lo mismo pasaría si un vendedor no tuviera clientes, si un tele auditorio no sintoniza el canal para ver a un conductor; en pocas palabras, un comunicador sin público a quien dirigirse es como estar solo en una isla. Citando las palabras de un eminente científico / comunicador alemán, “si no puedes, a la larga, contar a todo el mundo lo que has estado haciendo, tu quehacer no tendrá valor alguno”.³⁷

De las enseñanzas de Jesús, el Cristianismo, surgieron la Iglesia Católica Romana, la Iglesia Griega Ortodoxa, la Iglesia Anglicana, etc; del mismo modo, del Budismo, Hinduismo, Judaísmo, Taoísmo, Islamismo, Confucianismo y Zoroastrismo han salido innumerable cantidad de iglesias. (Fig. 3.3)

A continuación presentamos lo que Thomas O’Dea comenta sobre la institucionalización de la religión, donde ha identificado cinco puntos sobre ella:

Institucionalización de las Religiones

- 1) Motivaciones Mixtas
- 2) Sistema de Símbolos
- 3) Organización
- 4) La Letra contra el Espíritu
- 5) Conversión contra Coacción



1) MOTIVACIONES MIXTAS

“Trata de que las religiones empiezan con un líder carismático (Jesús, Mahoma, Buda) y un grupo de seguidores que apoyan al líder y su causa. Al institucionalizarse una religión, aparecen una lista de motivaciones, como buscar prestigio, poder, riqueza, etc., y para sobrevivir ‘debe movilizar al egoísta al igual que al desinteresado’. Estas motivaciones mixtas pueden corromper sus valores originales.

2) SISTEMA DE SÍMBOLOS

“El sistema de símbolos son: oraciones, ceremonias é insignias. Los símbolos transforman las experiencias religiosas en imágenes concretas, de esta forma los creyentes expresan y reafirman su fe, pero la rutina y uso constante de las ceremonias y símbolos religiosos tiende a quitarles su impacto emocional.

3) ORGANIZACIÓN

“Al desarrollarse una estructura administrativa, se crea una estructura permanente y burocrática, con grupos de individuos que tienen más interés en mantener su posición en la organización que en preservar los ideales religiosos, e inclusive, la burocracia puede enajenar a las bases.

4) LA LETRA CONTRA EL ESPÍRITU

“El espíritu al que se refiere es el de la ley religiosa. El mensaje de la religión debe traducirse a reglas concretas que se apliquen a las actividades e intereses cotidianos, pero las ideas éticas pueden perder algo ó ser manipuladas en la traducción. Al seguir al pie de la letra la ley religiosa, los integrantes pueden olvidar el espíritu de la ley.

5) CONVERSIÓN CONTRA COACCIÓN

“Pertener a un grupo religioso se basa en comprometerse por voluntad propia y convicción interna, esto se conoce como acto de *fe*. En el proceso de la institucionalización se desarrollan estrategias para combatir la duda, como la presión sutil, la amenaza ó el uso de la tortura (la Inquisición, en la Edad Media). Al combatir la duda, una religión puede perder su carácter espontáneo y voluntario.”³⁸

Las Religiones del Mundo y sus Principales Iglesias

Religión	Divisiones mayores*	Iglesias / escuelas
Cristianismo	Romano	Católica Romana
	Anglicano	Anglicana Británica
	Ortodoxa Oriental***	Ortodoxa Griega
	Protestante	Protestante Alemana o Lutherana Protestantismo ****
Budismo	Mahayana+	Zen o Ch'an
		Ti'en Tai
		Tierra Pura
		Tántrico o Tibetano
	Theravada ++ o Hinayana Mahayana	Vajrayana
Islamismo	Sunna	Sunnitas tradicionalistas
	Chiíta	Chiítas
	Sufista **	Suhrawardís
		Shadhilés
		Qadirí
	Bektashés	
Judaísmo	Ortodoxo	Ortodoxo
	Conservador	Conservador
	Reformador	Reformador
	Reconstructivista	
Hinduismo	Vedas o protohindú	B'ahai
	Hinduismo clásico	Jainista
	Reformistas**	
Zoroastrismo	Parsis	Parsi
Confucianismo		Conservador
		Neoconfucianismo
Taoísmo	Filosófico	
	Vitalizador	Tao ch'i
	Religioso	Tao Chiao

Fig. 3.3 Las Religiones del Mundo y sus Principales Iglesias
Diseño G.M. Martínez / M. Romero © 2001

* Carole Addlestone, Muchos caminos una verdad, p.15

** Michael D. Coogan, Religiones del Mundo, p.102

*** Se separo de la Iglesia católica romana en 1054. Forman parte de Iglesia Ortodoxa las de Albania, Bulgaria, Georgia, Grecia, Rumania, Rusia, Serbia y Sinai. Huston Smith, p.356

**** Más que una iglesia es un movimiento de varias Iglesias, cuyas diferencias residen en el énfasis que se da, en la prácticas que a menudo se combinan en una sola persona. Huston Smith, p.361

+ El interés de China por el budismo, lo transmitió a otros países que se convertirían en mahayanistas: Corea, Japón y el Tíbet. Huston Smith, p.142

++ Los países de sur de Asia que hoy siguen siendo theravadistas – Sri Lanka, Burma, Tailandia y Camboya, tomaron en serio el aspecto político del mensaje de Buda. Huston Smith, p.142

Nota: Las iglesias aquí listadas son las que más impacto han tenido en la conformación del pensamiento religioso en el mundo. Debido a la innumerable cantidad de sectas que han surgido de cada una de las respectivas iglesias es que no se mencionan. Secta: del latín *secte* = cortar, fraccionar. Dícese de una denominación religiosa, especialmente un grupo pequeño que se ha separado de una iglesia establecida. Webster's New Twentieth Century Dictionary, Second Edition, Copyright 1983, pág. 1640

Notas:

Capítulo 3

- 1.- Schramm, Wilbur, "La Ciencia de la Comunicación Humana", Editorial Roble, © 1975, pág. 16.
- 2.- *Ibíd.*, p. 12.
- 3.- Moragas, Miguel de, "Teorías de la Comunicación", Gustavo Gilli, Barcelona, ©1981
- 4.- Schramm, ob. cit. p 17.
- 5.- *Ibíd.*
- 6.- *Ibíd.*
- 7.- *Ibíd.*, pág. 18.
- 8.- Lozano. Rendón, José Carlos, "Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas" cita a Morley, David (1992), *Television, Audiences & Cultural Studies*. Londres y Nueva York, pág.171.
- 9.- González. Alonso, Carlos, "Principios Básicos de la Comunicación", Editorial Trillas, © 1995, p.p. 28-30.
- 10.- Lozano. ob. cit. cita a Seiter, Ellen (1992), *Semiotics, Structuralism, and Television*, en Robert C. Allen (ed.), *Channels of Discourse, Reassembled*, The University of North Carolina Press, Chappel Hill, p. 160.
- 11.- *Ibíd.* cita a Eco, en Seiter, 1992:35, p. 161.
- 12.- *Ibíd.* cita a Fiske, John (1984), *Introducción al Estudio de la Comunicación*, Ed. Norma, Colombia, pág. 161.
- 13.- González, ob. cit. p.. 16.
- 14.- Schramm, ob. cit. p. 22.
- 15.- González, ob. cit. p. 24.
- 16.- Schramm, ob. cit. p. 23.
- 17.- *Ibíd.*, pág. 24.
- 18.- Hodges, Persell, Caroline. "Understanding Society: An Introduction to Sociology", Harper & Row Publishers, Inc; © 1990.
- 19.- *Ibíd.*, p. 414.
- 20.- *Ibíd.*
- 21.- *Ibíd.* ,p. 415.
- 22.- *Ibíd.* cita a Malinowski, Bronislaw, 1948, *Magic, Science and Religion*, Garden City, NY, Doubleday/Anchor, p. 415.
- 23.- *Ibíd.*
- 24.- *Ibíd.*
- 25.- *Ibíd.* cita a Durkheim, Emile, *The Elementary Forms of the Religious Life*", Glencoe, IL: Free Press, 1915. p. 415
- 26.- *Ibíd.* cita a Mol, Hans J., 1976, *Identity and the Sacred*, New York, Free Press," p. 415.
- 27.- *Ibíd.*,p. 415.
- 28.- Gayles, Richard, Levine, Ann, "Introducción a la Sociología", Editorial McGraw-Hill, © 1997, pág. 460.
- 29.- *Ibíd.*,p. 461.
- 30.- *Ibíd.*, p. 462.
- 31.- Calvinismo.- Iglesia proveniente del Cristianismo. Surgió durante la época de la Reforma, fue fundada por el suizo Johann Calvin.
- 32.- Proverbios 22:29,
- 33.- Gayles. ob. cit. p. 464.
- 34.- Hodges. op. cit. p. 417.
- 35.- Marcos 16:15, "The Holy Bible, King James Version", The World Publishing Company, Cleveland and New York, ©1948, p. 40 Nuevo Testamento.
- 36.- González. ob. cit. pág. 21
- 36.- Smith, Huston. "Las Religiones del Mundo", cita a Schrodinger, Erwin, *Science and Humanism*, Cambridge: Cambridge University Press, 1952, 9, p. 26.
- 37.- Gayles. ob. cit. cita a O'Dea, Thomas (1966), p. 469.
- 38.- *Ibíd.* cita a McGuire, 1992, p. 469.