



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO
DE HIDALGO**

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**REPORTAJE
“LOS MEDIOS UN SALVAVIDAS DE LA FE CATÓLICA”**

TESIS

**QUE PARA EL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

P.L.C.C. NORMA IVEETH ROMERO DE ROSAS

**ASESOR DE TESIS:
L.C.C. GUILLERMO LUGO RANGEL**

PACHUCA DE SOTO HIDALGO JULIO DEL 2009

AGRADECMIENTOS

A mis padres por creer en mis y darme la oportunidad de realizarme profesionalmente, por su apoyo porque cuando algo parecía complicarse estuvieron ahí para darme ese respaldo que solo ellos podrían darme.

A mi hermano por ser ese compañero de toda la vida, de las largas noches de tareas en las que nos hacíamos compañía.

Tíos gracias por hacerme sentir siempre como una hija y darme el respaldo que una estudiante profesionista necesita durante la etapa estudiantil y a ustedes hermanas por ser mis cómplices y conejillos de indias en los trabajos escolares.

A mis abuelos por ser los ángeles que siempre están presentes en los momentos importantes de nuestras vidas velando por nosotros, agradezco especialmente los sabios consejos que me han dado a lo largo de mi vida.

A mis profesores que fueron ejemplo a seguir, los cuales compartieron sus conocimientos de tal manera que sembraron en mí la inquietud de superación personal y profesional.

A mis compañeros y amigos que a su vez fueron mis cómplices en esta etapa, con los que compartí mañanas, tardes incluso noches de arduas horas de trabajo.

Índice

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: LOS MEDIOS A LA MANO DE DIOS.....	15
CRISTO EN TU CELULAR	16
RELIGIÓN Y MERCADOTECNIA	20
EL PEREGRINO QUE UNIÓ A LOS MEDIOS Y LA IGLESIA	24
JUAN PABLO II	25
“RATZINGER DICE SÍ A LOS MEDIOS”	30
LA IGLESIA Y LA RELACIÓN CON EL ESTADO (ENEMIGOS O ALIADOS)	33
CAPÍTULO II: “EL CATOLICISMO Y LOS MEDIOS TRADICIONALES”	37
LA PRENSA Y EL CATOLICISMO.....	37
LA RADIO Y EL CATOLICISMO	45
LA TELEVISIÓN Y LA RELIGIÓN	53
EL CINE Y LA RELIGIÓN	62
CAPÍTULO III. EL INTERNET EN LA RELIGIÓN CATÓLICA.....	66
APARICIÓN DEL INTERNET Y SU RELACIÓN CON EL CATOLICISMO.	66
CONFESIONES POR INTERNET	71
SALAS DE CONSULTA RELIGIOSA	77
CONCLUSIONES	81
BIBLIOGRAFÍA.....	85

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en la actualidad son una herramienta indispensable para que los seres humanos se mantengan informados, por tal razón es que son utilizados por diferentes instituciones, y en este caso la Iglesia Católica no fue la excepción, ya que son los instrumentos más utilizados para la divulgación de esta religión.

En esta Tesis se presenta un trabajo de investigación que se ve reflejado en un reportaje acerca de la utilización de los medios de comunicación para difundir la fe católica, en el cual realicé entrevistas, a diferentes personas tanto a especialistas de temas religiosos, como a comunicólogos, productores de radio, directores de estaciones, sacerdotes, usuarios de Internet.

En el primer capítulo de esta investigación, menciono el cómo la religión católica por medio de una estrategia de evangelización, se valió de todos los recursos posibles para poder dar a conocer, la fe de su iglesia y así mismo como poco a poco entra en un mundo globalizado al cual tiene que adaptarse para seguir vigente ante sus fieles y aun más ante aquellos que aun no tienen firme cual es su fe.

Este capítulo también se hace mención de cómo es que uno de los miembros más importantes de la iglesia y quien a su vez representó la máxima autoridad en la misma, el papa Juan Pablo II, fue quien dio ese enorme paso para que la iglesia se abriera a la posibilidad de entrar a las nuevas tecnologías, las cuales antes que desecharlas, le servirían para evolucionar y así no perder la vigencia ante la nueva etapa del surgimiento de sectas.

De la misma forma se muestra como la religión católica, se ha utilizado como blanco de la publicidad y mercadotecnia en la actualidad, ya que más

que una buena manera de acercarse a un ser supremo es un buen negocio para todos aquellos que se dedican a lucrar con su imagen, porque se han dado cuenta que lo religioso se vende, de tal manera que se puede pensar en la fe como una gran inversión de la iglesia como institución.

En el segundo capítulo se muestra de manera más específica el como es que la iglesia ha sido el tema principal para algunos medios, así mismo la gran inversión para quienes promueven la fe a través de estos, como lo son dueños de grandes empresas periodísticas, de cine, radio y televisión.

En la actualidad los medios de comunicación tienen una visión diferente de lo que puede ser la religión, ésta más bien se ve como un buen producto, el cual se puede vender y obtener de él grandes ganancias. El cine no es la excepción, ya que, también se ha preocupado por invertir en grandes producciones en las cuales mas que hacer una muestra de una cinta de gran nivel y demostrar así el gran talento cinematográfico, exponen películas las cuales la temática y las serias criticas recibidas por la misma, es lo que hace llenar las salas de espectadores y hacer de la proyección un gran éxito en taquilla.

La televisión no ha quedado exenta de la llegada de la religión y esto se debe a la gran necesidad que se tiene por vender un espacio, espacio que si es bien pagado no importa a quien se le otorgue si no los beneficios que esto traerá consigo. De igual forma la radio y no menos la prensa, en la actualidad le han dado apertura a la religión católica por medio de los espacios pagados por la institución religiosa.

En el tercer capítulo esta enfocado primordialmente al Internet uno de los medios más utilizados en la actualidad y con el cual millones de personas se encuentran comunicados por medio de una computadora con personas en cualquier parte del mundo.

Las Iglesias y quienes buscan información espiritual tienen más medios a su disposición gracias a Internet. La proliferación de sitios en la red y la facilidad de búsqueda de la información han roto el monopolio de los grandes grupos de medios de comunicación sobre la distribución de información.

Un reciente estudio de "Pew Internet and American Life Project", según informaba el "Washington Times", ha puesto de manifiesto que hay más gente que usa Internet por motivos religiosos que por razones seculares. No menos del 21% de quienes navegan en la red, en números redondos unos 20 millones de personas, ha buscado información espiritual o religiosa. En cambio, solamente el 18% ha realizado operaciones bancarias en la red y el 15% ha participado en subastas vía Internet¹.

Las páginas de Internet con información religiosa aumentan cada día más es por eso que la Iglesia católica ha optado por utilizar este medio como una herramienta que funciona de manera rápida y que proporciona información sin importar sexo, posición económica o nacionalidad, una herramienta que traspasa fronteras y la cual puede ser un instrumento perfecto para difundir información.

El estudio, titulado "Wired Church, Wired Temples: Taking Congregations and Missions into Cyberspace", ha realizado un seguimiento en la red de más de 1.300 congregaciones. El estudio revela que, cada día, más de dos millones de estadounidenses buscan información religiosa o espiritual en Internet. En consecuencia, las instituciones religiosas están integrando Internet de manera creciente en el uso cotidiano. El 91% dijo que el correo electrónico permitía mayor comunicación con sus congregaciones, mientras que el 63% afirmaba que les ayudaba a conectar con sus comunidades de la periferia.

Además, el 8% de las iglesias y sinagogas estudiadas mantenían sitios en la red desde hacía al menos un año y tres cuartas partes de sus homilías,

¹ <http://www.udayton.edu/mary/resources/spanish>, consultada 25 de Abril de 2006

informaciones sobre su misión o enlaces con otros sitios están ya en sus "home pages".

Para la realización de este trabajo tuve la necesidad de consultar a diferentes autores en torno a lo que es el reportaje en donde no podía dejar a un lado a **Vicente Leñero** y a **Carlos Marín** quienes mencionan que el Reportaje es el género mayor del periodismo, el mas completo de todos². Ya que en éste están inmersas las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o varias entrevistas, las notas cortas de la columna y el relato secuencial de la crónica, lo mismo que la interpretación de los hechos, propia de los textos de opinión.

Y aun más, el reportaje se sirve de algunos géneros literarios, de tal suerte que este puede estructurarse como un cuento, una novela corta, una comedia, un drama teatral, del mismo modo que permite también al periodista practicar también el ensayo, recurrir a la archivonomía, a la investigación hemerográfica y a la historia³.

En este manual ellos hacen una clasificación que me ha servido para ser mas especifica en el género periodístico al cual me enfocaré, ellos dividen al reportaje en *demostrativo*, *descriptivo*, *narrativo*, *instructivo* y de *entretenimiento*, de la misma forma que lo dividen en diferentes fases preparación, realización, examen de datos y redacción, que sin duda esta última la mas importante para el desarrollo del tema.

Por otra parte **Máximo Simpson** en su ensayo *Reportaje, objetividad y crítica social*, concibe a un verdadero reportaje como reportaje profundo y dice que es "la narración informativa en la cual la anécdota, la noticia, la entrevista, o la biografía están interrelacionadas con los factores sociales estructurales, lo que permite explicar y conferir significación a situaciones y acontecimientos; construye, por ellos, la investigación de un tema de interés

² Vicente Leñero y Marín, "El reportaje", en *Manual de Periodismo*, México, Pág.185

³ Vicente Leñero y Marín *ibidem*

social en el que, con estructura y estilo periodístico, se proporcionan antecedentes, comparaciones y consecuencias, sobre la base de una hipótesis de trabajo y de un marco de referencia teórico previamente establecido”⁴.

Lucia C. Rivadeneira, no está totalmente de acuerdo con la concepción de Simpson, y le cuestiona el “¿Porque Simpson habla de un reportaje profundo? y sigue cuestionando en desacuerdo ¿Qué todas estas características no corresponden al reportaje en general? ¿Un reportaje que no tenga crónica o anécdotas deja de ser profundo?”, y un número de preguntas en las cuales cuestiona fuertemente la conceptualización que hace Simpson de lo que es un reportaje profundo.

Rivadeneira menciona que “lo importante no es lo cuantitativo sino lo cualitativo”, en donde alude que la belleza e información no tienen por que estar reñidas y mucho menos en este género, y cuando hace mención de la belleza; se refiere a lo exquisito que puede llegar a ser el lenguaje empleado en el reportaje.

Sin embargo, estos dos últimos autores coinciden al igual que la gran mayoría de los consultados para este trabajo, que el reportaje consta de una ardua investigación, que combina diferentes géneros periodísticos, como la entrevista, crónica, nota; pero en la cual se deberá responder sin duda las preguntas básicas del periodismo ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Por qué? Y ¿Para qué?, de igual forma el periodista debe ser sumamente observador y debe de tener una gran aptitud de narración de los hechos en un contexto⁵.

El reportaje es la sola vivencia personal del periodista, donde este es observador y muchas veces protagonista de los asuntos estudiados.

⁴ Máximo Simpson “Reportaje, objetividad y crítica social”, en *La revista mexicana de ciencias políticas y sociales*: Los medios octubre-diciembre, México, 1976, pág.144.

⁵ Lucia C. Rivadeneira, “Reportaje”, en *Hacia la pasión periodística*, México, pág. 50.

De la misma forma **Julio del Río** señala que los modos de proceder de un reportaje y de la investigación social son semejantes, lo que hace adaptable los métodos y las técnicas de la investigación en el mismo⁶.

También menciona al igual que Simpsom que uno de los elementos más importantes del reportaje son las entrevistas ya que estas permiten al periodista recrear un hecho pasado que se dejó en el olvido, pero la labor del periodista no se queda en una buena entrevista, sino está en hacerla de interés actual para los espectadores, un ejemplo fue *El relato de un naufrago* del escritor Gabriel García Márquez.

En la antigüedad los periodistas tenían como objetivo hacer literatura, ser un periodista era el inicio para ser un buen escritor, así que aquel que deseara ser escritor tenía que pasar por el periodismo, lo cual nos permite percatarnos de que los periodistas tenían la gran habilidad de narrar tal y como lo hacían los escritores de aquella época, **Tom Wolf** hace mención en su libro *El nuevo periodismo*, que el reportaje era solo el término periodístico que denominaba un artículo que cayese fuera de la categoría de noticia propiamente dicha y quien se dedicaba al periodismo era solamente un aspirante a escritor⁷.

El reportaje sin duda debe de contar con un lenguaje literario que haga que el lector se enganche a la lectura de una forma rápida y que este no permita que se le pierda el interés, así que este también debe de hacerse valer de una “información de interés social y con un cierre alternativo, expositivo y con un resumen de declaraciones con lo cual el lector se sentirá satisfecho”, afirmó Lucia c. Rivadeneyra.

⁶ Julio del Río, “El reportaje”, *Periodismo interpretativo*, México, 1994

⁷ Tom Wolf, *El nuevo periodismo*, Barcelona, 1976. Hernán Uribe, Apuntes sobre investigación y fuentes en el reportaje, Pág. 47. ob.cit.

Julio del Río sostiene que el reportaje “es un género periodístico que consiste en narrar la información objetivamente y que tiene el propósito de contribuir al mejoramiento social”, por su parte **Hernán Uribe** asegura que el periodista aporta la opinión de los sectores abordados en el asunto, y dice que “la palabra reportaje se hace corrientemente sinónimo de cualquier escrito periodístico”, coincide con Leñero, Marín, Simpsom y la mayoría de los autores; en que la entrevista es la parte medular de un reportaje y menciona que para que ésta sea útil se debe de ser lo suficientemente astuto para que se consigan los datos precisos de lo que se esta investigando, del mismo modo da una concepción etimológica del reportaje, que en latín “reportare” posee las acepciones de anunciar, referir, transmitir, significados cercanos a una condición básica del periodismo, “la voz de comunicar”⁸.

Rojas Avendaño, denomina al reportaje “la tercera dimensión de la noticia y lo distingue como un género que posee duración, espacio y solidez, cualidades que permiten al lector conocer el porque de los acontecimientos”⁹.

Mientras que **Vivaldi** describe al reportaje “como el relato esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en el estilo directo, en él se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano o también una narración informativa, de vuelo mas o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista”¹⁰.

Por otro lado tenemos la concepción que hace José Benítez del reportaje, esta es mas precisa y así mismo mas corta que la de sus compañeros en donde expresa “que es la forma periodística que comunica, explica, analiza y examina los hechos; y profundiza en todos los aspectos de los sucesos que

⁸ Obj. Cit. Julio del Río

⁹ Rojas Avendaño, El reportaje Moderno, Antología, México, 1976.

¹⁰ Hernán Uribe, Ob. cit. Pág. 49

narra". José Acosta Montoso apunta que el reportaje, "trabaja de manera preponderante con los métodos de la ciencia, informa, conmueve, obliga a la toma de contacto y provoca la reacción sentimental; invita por lo tanto a la praxis como fundamento del conocimiento y como criterio de la verdad".

Así pues es visible que el autor mezcla la parte sensible del periodista para poder redactar, lo cual pone en duda la objetividad que puede tener dicha investigación o redacción, de la misma forma si es válido o no, ya que una de las bases primordiales que manejan la mayoría de los autores mencionan, ante todo, la objetividad del reportaje, de tal manera que se pensaría, que eso mas que un reportaje podría llegar a caer en una redacción tipo ensayo.

Sin duda para todos los autores antes mencionados el reportaje implica la publicación de los hechos en su contexto, la visión totalizadora de los acontecimientos.

Por lo que el reportaje es el género periodístico que utiliza la investigación científica para el análisis de los orígenes y perspectivas de los sucesos que narra el lenguaje profesional, aunque con una libertad de estilo, un periodista debe de tener un conocimiento de la investigación científica, como una capacidad analítica, un manejo de la técnica de redacción que se inclina a la creación en el plano del lenguaje.

El reportaje; menciona Luis Méndez Asensio, narra el trabajo del redactor, el cual podría compararse con un artista de la narración como lo son escritores de literatura, solo que en una nueva modalidad; sin embargo no todos están de acuerdo en que sea un relato literario, pero si un relato informativo que debe ser mencionado con un estilo propio del periodista. Sin duda uno de los géneros más frecuentados por la prensa de los cinco continentes a pesar de su gran desafío.¹¹

¹¹ Luis Méndez Asensio, "El reportaje", *La condición de periodista*, México, Pág. 36.

Después de haber consultado diferentes autores sobre el periodismo se llegó a la conclusión, que **el reportaje**, es el género periodístico más completo, en el que pueden estar inmersos otros géneros y elementos como la entrevista, la crónica, la anécdota, la noticia, la biografía o la monografía.

Para Lucía Rivadeneyra un buen reportaje debe de contar con una redacción atractiva, de la misma forma Leñero y Marín hacen hincapié en que la parte medular de un buen reportaje es una buena redacción.

El reportaje necesita de un autor que pueda ser objetivo en sus interpretaciones y que tenga una gran capacidad de observación, sin que por ello deje de lado el enfoque particular que es capaz de darle y que, seguramente, va a diferenciar al medio para el cual trabaja de los demás.

En el reportaje, el periodista no da sus puntos de vista. Vale decir que, el reportaje, trata fundamentalmente sobre la actualidad o sobre temas pasados que están relacionados directamente con la noticia o el acontecimiento. Suele ser extenso, ya que se sirve de descripciones meticulosas y de una narración prolija y cuidadosa, así como por la gran cantidad de información que suministra. Según esto, el reportaje es un relato periodístico descriptivo y narrativo que busca explicar cómo han sucedido ciertos hechos actuales, aún a pesar de que éstos no sean, en muchos casos, de carácter noticioso. Su lenguaje suele ser claro, directo, creativo y ameno, pudiendo ser literario, narrativo o descriptivo.

Es habitual que, en el reportaje, quien lo escribe haga gala de sus máximas habilidades literarias, buscando, por medio de ellas, lograr que el lector sea capaz de llevar a cabo una interpretación compleja y concienzuda de los hechos que son relatados. Sus citas son directas y documentales. Los

reportajes habitualmente son publicados en medios impresos (periódicos y revistas), y en medios audiovisuales, (televisión, cine y radio).

En este caso, “Los Medios un Salvavidas de la Fe Católica” es un reportaje presentado por escrito, en el cual se busca dar un ligero esbozo del uso que la religión le ha dado a los medios para difundir su fe, presentando los alcances que esta ha tenido a través de las nuevas tecnologías.

“LOS MEDIOS UN SALVAVIDAS DE LA FE CATÓLICA”

Reportaje

CAPÍTULO I: LOS MEDIOS A LA MANO DE DIOS

En la actualidad, la estructura religiosa de Ibero América cambia a un ritmo vertiginoso. Más de la mitad de los 1,070 millones de católicos del mundo son iberoamericanos. Esta religión es la mayoritaria en los países de la comunidad iberoamericana. Sin embargo, poco a poco el Islam y el protestantismo se han convertido en religiones con una presencia destacable, unido al hecho de que los cristianos protestantes ganan importancia en la mayor parte de los países iberoamericanos y el fenómeno de las nuevas religiones ha conseguido cambiar los porcentajes. Según el Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM), solo en el continente americano cada día 10,000 personas abandonan el catolicismo.

México no está exento de este cambio, aún siendo un país en el que los católicos representan el 88 por ciento de la población, casi un diez por ciento menos que a mediados del siglo XX. En las últimas décadas México ha perdido casi diez millones de católicos que se abrazan a nuevas ideologías religiosas, sobre todo al protestantismo. Según el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), el ritmo es especialmente acelerado entre las poblaciones indígenas. En poblaciones como Oaxaca o Chiapas, según el INAH, el 90 por ciento de la población ya practica otras religiones distintas al catolicismo.

Además, la Asociación Latinoamericana para el Estudio de las Religiones, asegura que mientras los católicos cuentan con un sacerdote por cada 7,200 feligreses, los protestantes cuentan con uno para cada 230 creyentes¹², es por ello que la Iglesia como institución ha tomado a los medios de comunicación para no perder vigencia entre sus feligreses.

¹² ciberamerica.org

CRISTO EN TU CELULAR

“Una vez más, Catholic.net se coloca a la vanguardia por ti. Con este esfuerzo, esperamos llevar la Palabra de Cristo a tu vida para que te acompañe a dondequiera que vayas. Sólo tienes que mandar un mensaje de texto con la palabra clave del servicio al que te quieres suscribir desde tu Telcel al número 55208 (servicio mensual \$43.47 + iva) o al 55225 (servicio diario \$3.00 + IVA servicio para México y \$0.50 centavos de dólar más impuesto servicio para USA) y empezarás hoy mismo a recibir los servicios de Catholic.net en tu teléfono móvil”.¹³

Textualmente este es el mensaje que aparece en los *banners*, cuando se entra a la página de Internet Catholic.net brincan a la pantalla de tu computadora automáticamente, demostrándonos que el catolicismo ha llegado más allá de la simple asistencia a la Iglesia. Al utilizar este medio, la religión católica tiene disponible “los siguientes servicios hasta el día de hoy”:

• Adicciones

DROGAS ¿Diversión o adicción? - Información y prevención del alcoholismo

ALCOHOL No es tan divertido / infórmate - Información acerca de las adicciones

• Orientación familiar, sexual y psicológica

FAMILIA Tips para mejorar la comunicación y convivencia familiar - Disponible México y USA

DEPRE Tips para identificar y combatir la depresión

ARMONÍA Frases positivas y optimistas para iniciar el día - Disponible México y USA

¹³<http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/580/2289/articulo.php?id=12740>, consulta hecha 12/08/05

SEGURO Sexo seguro - Información acerca de la sexualidad, el Sida y la anticoncepción

YOGAY ¿Gay yo? - Información, orientación y apoyo para personas homosexuales.

• **Celebraciones y religión**

SANTO ¿A quien celebras hoy? - Santoral

BAUTISMO Simbolismos del sacramento del Bautismo - Preparando el Bautizo de un hijo

PALABRA La Palabra del Maestro - Citas del Evangelio¹⁴

Hacia el año 200 Tertuliano afirmaba que “casi todas las actividades humanas resultaban del diablo”, como “las carreras de caballos, el teatro y el maquillaje”; que para él era “engaña al ojo.....” sin duda que para estas aseveraciones, la tecnología también sería cosa del diablo, así pues también, los medios y sus renovaciones, entonces se diría que los cristianos, y muchos más vivimos en la era del diablo. Esto en la actualidad esta más que caduco y por eso la iglesia como el resto de las instituciones, le abren las puertas a la globalización y las nuevas tecnologías¹⁵.

Esto es una evidencia más en contra de aquellos que aseguran que “El mundo moderno esta contra Cristo y la iglesia Católica jamás aceptará nada de ese mundo”¹⁶.

Dejando atrás también las palabras del papa Pío IX en las cuales proclamaba, que “la Iglesia jamás se reconciliará ni ha de transigir con el mundo moderno”.¹⁷ Sin duda y parafraseando a Mc Luhan, “El medio hace el mensaje”.

¹⁴ Loc. Cit., catholic.net

¹⁵ Ikram Antaki, “historia del Diablo”, en *El banquete de Platón Religión 3ª serie*, México D.F., editorial Joaquín Mortiz, primera edición Julio 2000, Pág. 65.

¹⁶ Jean Daujat, “El mundo moderno”, en *La Iglesia en el mundo moderno*, Colombier París, 1966, Pág. 90.

¹⁷ Jean Daujat ibidem.

Al final de la pagina, Catholic.net, se invita a evangelizarse y conocer a Dios por este medio diciendo: “Esperamos, con este servicio, llevar el mensaje esperanzador del Evangelio y las enseñanzas de Jesús a más personas que se encuentran alejadas de Él”.

Solo es necesario enviar un mensaje con la palabra del servicio que desees al teléfono 55225 para un servicio diario en el que te llegan en cuestión de unos segundos la respuesta, en caso de que el servicio no este disponible recibes una leyenda que dice” marca sin costo a Chidomovil al 52511352 del Distrito Federal o al 018007775892 del interior para enviarte el contenido que solicitaste”, demostrando real interés por hacer llegar al usuario el servicio solicitado.

Sin embargo las afirmaciones que hacia el Papa Pío IX pasaron a ser obsoletas para dar paso a la vida moderna. En la actualidad y desde mucho tiempo atrás, es la iglesia quien está en continuo contacto con lo moderno o la tecnología, que es dentro de donde se encuentran los medios.

Las primeras tecnologías utilizadas por integrantes de esta religión fueron los frescos, en donde representaron escenas del antiguo testamento y símbolos cristianos arquetípicos como el pescador.

Fue hasta mediados del siglo V cuando se emplean imágenes de Jesucristo fueron empleadas en los templos, sin olvidar que con el paso del tiempo la Iglesia era la única institución que producía libros grabados en madera, asegura Ruy Xoconostle Waye ¹⁸.

Ha sido tan notoria la presencia de las nuevas tecnologías en la vida del hombre incluyendo su espiritualidad, que actualmente la necesidad que tiene el hombre por tener respuestas de lo divino, ha hecho que personas, abusen de esa aspiración de la multitud de ser escuchados, comprendidos y

¹⁸ Ruy Xoconostle Waye, “La Tecnología al servicio del Mesías” en *Conozca Mas*, México, Agosto 2003 No. 163, editorial Televisa. Pág. 62

perdonados. Como es el caso del artista Holandés Johan Van der Dong, quien creó un número de teléfono en los Países Bajos, donde pueden dejar mensajes en el contestador para Dios. Van der Dong señaló que creó este número para dar a la gente una oportunidad de meditar sobre su vida. “Igual que rezar, dejar un mensaje es una forma de organizar sus pensamientos” comentó el artista, para una publicación que se dio a conocer el día 3 de marzo del 2009 en el periódico Milenio Hidalgo; al momento de marcar se podrá escuchar: “Hola, usted le está hablando a Dios. No estoy en este momento, por lo que deje un mensaje después de la señal”.

Es increíble, siquiera pensar que Dios pudiera escuchar tu mensaje de una forma tan directa, que solo personas con una gran necesidad espiritual podrían acceder a este nuevo medio pensando obtener una respuesta a sus peticiones.

RELIGIÓN Y MERCADOTECNIA

Según Rafael Muñoz Saldaña, “Los mensajes religiosos no se transmiten por iluminación o telepatía”, razón por la cual, los jerarcas de la religión católica encomendaron a algunos de sus integrantes para crear estrategias de comunicación para propagar sus ideales y creencias, adentrándose en el mundo de la mercadotecnia.

Se dice que el propio Jesucristo diseñó una completa campaña informativa para extender sus enseñanzas. Esta idea supone que los apóstoles estaban organizados en pequeños grupos dirigidos por un responsable, nada distinto de la manera en que hoy se construyen las redes comerciales”, asegura Rafael Muñoz Saldaña.

“La gran diferencia con la actual mercadotecnia católica es que, en sus orígenes, predominaba un sustento espiritual, una fe profunda, un genuino compromiso del predicador con sus párvulos. Se crea o no en Jesucristo, nadie puede negar su vocación y autenticidad al promover bienes espirituales de los que se hallaba por completo convencido, el predicar la palabra de su padre iba mas allá de solo sentarse a platicar de los mandatos del ser supremo, si no hacer que los demás se sintieran parte de esos mandatos, así pues parte de la misma religión”¹⁹.

Martín Gerardo Ángeles Vera, Licenciado en ciencias de la comunicación, opina que los medios de comunicación solo son un instrumento para que “la Iglesia, se introduzca en la vida política”.

Este especialista aclara que “los medios de comunicación tienen intereses económicos debido a que se encuentran en manos de empresarios, que como tales manejan la información como lo que es para ellos un negocio; Televisa, Televisión Azteca y la mayoría de los periódicos en México, ven las

¹⁹ Rafael Muñoz Sandaña, “La Tecnología al servicio del Mesías”, Cristo Inc., Ob. Cit. Pág. 60.

declaraciones de la Iglesia como mercancía que se vende, por ser amarillistas”²⁰.

Por su parte Rafael Muñoz Saldaña en su reportaje “Actualidad y futuro de las Creencias Religiosas” dice que “el mundo moderno continua siendo religioso, aunque orientado en su fe de manera distinta a objetivos diferentes. Algunos grupos se identifican con las tradicionales más aceptadas. Otros buscan su renovación. Los seguidores de la nueva era se vinculan con viejos cultos antes desconocidos para nosotros. Unos y otros elementos se mezclan en un discurso incoherente que no parece tener un centro ni una estructura muy claros, mas allá de la incesante búsqueda de respuestas y certezas que denominan a los seres humanos”²¹

Todo lo que gira en una sociedad cambia, en este caso la religión no es la excepción. Así pues se habla de una “nueva era religiosa” como lo menciona el Periodista e investigador de lo religioso José Vall, en la revista **Muy Interesante**, advierte que “esa nueva era, ofrece un amplio abanico de productos trascendentes de vanguardia” como servicios por Internet, hasta productos que salen al mercado como libros, llaveros, separadores, pulseras y dijes de diferentes materiales desde oro hasta plásticos, “es como la tecnología de punta de la Fe”.

Para Valls, existen ofertas muy interesantes dentro de esa nueva religión pero “en la mayoría de los casos no pasan de ser un galimatías agitado en su simplona coctelería sincrética de ideas que teológicamente son contradictorias entre sí”²² menciona el investigador en el artículo “En que creemos hoy” de la revista **Muy Interesante**.

²⁰ Martín Gerardo Ángeles Vera. Comunicólogo. Entrevista personal. 14 de Noviembre del 2005.

²¹ Rafael Muñoz Saldaña, “Actualidad y futuro de las Creencias Religiosas” en *Muy Interesante*, Pág. 40, México, 31 de Agosto 2005, No. 8, editorial Televisa.

²² Roberto M. Guarneros/Jorge Alcalde, “En que creemos hoy” en *Muy Interesante*, Pág. 66, México, Abril 2000, No. 17, editorial, Televisa.

Muñoz Saldaña sostienen que “la renovada religiosidad no se ha librado del mercantilismo propio de la época en la que vivimos”. Es a lo que José Valls llama “la consumística de la mística”.

Esta situación no podría ser diferente a principios del nuevo siglo, todo es consecuencia de la globalización, y la religión no ha sido la excepción, y así pues “Dios también se ha puesto a la venta” mencionan Roberto M. Guarneros y Jorge Alcalde, “los nuevos caminos de la religión -dice Valls- son promotores del consumo de ideología, valores y simbolismos”.

El proceso, global por supuesto, se ve muy claro en ofertas como “La nueva era”, la Iglesia de la cienciología o los telepredicadores que lleva consigo un impresionante arsenal de mercadotecnia con editoriales, revistas, canales de radio, venta de imágenes y programas de televisión por cable incluidos como mencionan Guarneros y Alcalde.²³

El licenciado Martín Gerardo Ángeles Vera, afirma que “la iglesia esta pidiendo abiertamente tener sus propios medios” y que por consecuencia “los medios han retomado como explotación comercial eventos religiosos masivos; como las cuatro visitas papales, en donde los medios los retomaron y los difundieron masivamente como un espectáculo, porque los medios saben que el pueblo Mexicano es católico y que indudablemente va a comprar esos eventos”.

El sacerdote Rubén Sandoval, encargado de la coordinación de religiosidad popular de la Arquidiócesis Primada de México, asegura que, “la mercadotecnia es un recurso moderno que puede servirle a la iglesia”²⁴. No obstante, distingue que “el que tenga mejor producto es el que va a ganar”, y añade: “No importa la mercadotecnia alrededor. Si el estilo de vida que ofrece la vida cristiana es el mejor, entonces la mercadotecnia no servirá”.

²³ Roberto M. Guarneros/Jorge Alcalde, Ob. Cit., Pág. 66

²⁴ Fernando Pessoa, “Como busca el hombre al Divino en el siglo XX” *Conozca Mas*, México, Agosto del 2004, No. 8, Pág. 64.

La mercadotecnia de la Iglesia también no tan solo se vale de sus propios escenarios, sino que ocupa diversos escaparates, como son las Ferias del Libro de toda la República Mexicana en donde se presenta su actividad editorial que ocupa varios pasillos.

Se incluyen en la mercadotecnia religiosa desde las sencillas hojas para seguir la misa hasta costosas ediciones de la Biblia, pasando por agendas, calendarios, separadores de libros y otros artículos promocionales: llaveros, plumas, veladoras, estampitas, rosarios, dijes y un sin número de artículos religiosos.

La realidad es que cada grupo religioso tiene sus propias tácticas, como Los testigos de Jehová, quienes acuden a la venta de puerta en puerta dominical, donde una forma que siguen algunas familias para ahuyentarlos es pegar en la ventana o en la puerta de la casa una calcomanía, con la leyenda: "Este hogar es católico"²⁵, con una imagen de la virgen de Guadalupe para que no quede duda sobre esta aseveración.

El investigador en temas religiosos y catedrático de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Maestro Mario Padilla, asegura que dentro de la Iglesia Católica quienes más utilizan a los medios de comunicación, como una estrategia mercadológica, son los "Legionarios de Cristo" orden religiosa Católica fundada y dirigida por el michoacano Marcial Maciel quien a través de los medios de comunicación quiere hacer una "Religión elitista" esto lográndolo a través de los medios de comunicación y quienes "tienen la oportunidad de invertir en medios por el apoyo económico que les dio el papa Juan Pablo II, ya que en realidad, el uso de los medios dentro de la religión tienen limitantes para otros gremios de la misma religión"²⁶.

²⁵ Margarita Zires, *Nuevas estrategias político-religiosas*, UAM-X, México, D.F., 1992, pp.69

²⁶ Mario Padilla, investigador de temas religiosos y catedrático de la universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. 12 de Noviembre del 2005.

EL PEREGRINO QUE UNIÓ A LOS MEDIOS Y LA IGLESIA

Juan Pablo II: “La opinión pública ejerce un grandísimo poder, en los regímenes democráticos, es determinante para el gobierno y exige un clima de libertad para su formación, la opinión pública es patrimonio de toda sociedad normal y sana, una sociedad en que ésta falte o enmudezca ha de ser considerada como enferma”.

La opinión pública no solo es susceptible de ser formada sino que hay que empeñarse en su formación, con sujeción a las normas morales y cristianas, en nuestro caso. Si resulta que las agencias de prensa y todos los otros medios de comunicación son formadores de la opinión pública- y de ahí la gran responsabilidad de periodista, el comunicador, que es mediador entre la verdad y el usuario, lector u oyente- la iglesia debe poder actuar mediante esos medios.

El formador de la opinión pública ha de ser auténtico, veraz e imparcial, ya que a la opinión pública no se le manipula sino que se le sirve, el problema clave en la formación cristiana de la opinión pública está en fundamentarse en principios permanentes y en resaltar la verdadera escala de valores. En un lenguaje que la gente entienda, el comunicador, como formador de la opinión pública, y para merecer el apelativo de cristiano ha de trabajar a favor de la paz, la unidad para la búsqueda de la verdad, a favor de una concepción cristiana de la familia. Un vicioso manejo de la opinión pública podría orientar a todo un pueblo hacia la catástrofe. Y es que los mass media, en su prodigioso crecimiento multiplican las posibilidades de ser influida; ésta puede convertirse en brutal y apasionada en juez de conciencia recta.

Si nos situamos en términos concretos la verdadera formación cristiana de la opinión pública, nos colocaremos en un contexto de evangelización...Sí, formación cristiana de la opinión pública es casi lo mismo que decir evangelización”²⁷.

²⁷ Raúl Rivadeneira, *La opinión pública*, editorial trillas, edición Abril 2002, México D.F. Pág. 50.

JUAN PABLO II

Anteriormente, Jean Daujat, en su libro “La Iglesia y el mundo moderno”, afirmaba “que no se venga a pedir a la iglesia que acepte cualquiera de los errores y vicios: su ateísmo, materialismo o idealismo, liberalismo, naturalismo, humanismo, individualismo o su colectivismo no penetrarán nunca en la iglesia”²⁸.

Sin embargo, eso moderno que rechazaban anteriormente miembros de la religión católica, en la actualidad, en los llamados tiempos modernos, representantes de la religión los ha retomado como lo son las nuevas tecnologías.

Un ejemplo muy claro fue el papa Juan Pablo II quien en su afán de recuperar fieles y extender la fe cristiana, vio en los medios de comunicación electrónicos una opción para acercar a los fieles y no fieles a la religión.

Son muchísimas las reflexiones, mensajes y documentos, sobre los medios de comunicación social que escribió el Papa Juan Pablo II a lo largo de su pontificado; esos documentos tienen como telón de fondo “la contribución a la construcción de la paz de los pueblos y la comunión entre los hombres del mundo entero” declara Claudio Alfonso Peña Romero, articulista de la página en Internet elcatolicismo.com en marzo del 2005²⁹.

Año tras año el pontífice dialogó sobre situaciones concretas que interesan a la humanidad y pidió siempre que los hombres y mujeres de los medios asuman un papel para derribar los muros de la división y de enemistad en el mundo.

²⁸ Jean Daujat, “La Iglesia y el mundo moderno” Ob. Cit. Pág. 90

²⁹ http://www.elcatolicismo.com.co/content.php?menu=4701&page_id=76

El Papa Juan Pablo II “ha sido capaz de derribar un gran muro, no solo de piedra sino de ideologías, de racismo, y el más grande que es el de lo moderno y lo religioso, medios e iglesia”³⁰.

Una prueba de esto, son los últimos temas que presentó el Papa Juan Pablo II en las últimas Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales que son celebradas desde 1986.

En una de estas jornadas celebrada en el 2001, en la cual el tema principal fue "Proclamar desde los terrados haciendo eco a las palabras del evangelio: "lo que os digo pregonadlo desde la azotea" ya que en el mundo de hoy no hay terraza en donde no se presente un bosque de transmisores y de antenas enviando y recibiendo mensajes". Es decir, que en el mundo de hoy proclamar la fe desde los terrados, significa hablar con las palabras de Dios con el inmenso mundo de las comunicaciones, teniendo como instrumento principal los medios de comunicación³¹.

No menos importante fue el tema del 2002 *"Internet: un nuevo foro para la proclamación del evangelio"*. El Papa peregrino recordaba que “la historia de la evangelización no es solo cuestión de expansión geográfica, ya que la Iglesia ha cruzado muchos umbrales culturales, requiriendo energías e imaginación para proclamar el único evangelio: los grandes descubrimientos, el Renacimiento, la invención de la imprenta, la Revolución Industrial y el mundo moderno, fueron momentos críticos que exigieron nuevas formas de evangelización y ahora con la revolución de las comunicaciones y la información, la Iglesia se encuentra en otro camino”³².

Internet es el nuevo "foro" en que día a día millones de personas están en contacto, y es el sitio también en el que miles de personas adquieren

³⁰ Martín Gerardo Ángeles Vera. Comunicólogo. Entrevista personal. 14 de Noviembre del 2005.

³¹ http://www.ni.laprensa.com.ni/archivo/2005/junio/19/dom_religion/dom_religion-20050619-03.html

³² www.ni.laprensa, ibidem.

información de manera rápida del tema que busquen y los temas religiosos no son la excepción, solo basta con teclear la palabra religión para que en tu pantalla aparezcan un sin número de páginas religiosas católicas o no.

Esto es lo que sucede con el ciberespacio, la nueva frontera que se abre al inicio de este nuevo milenio.

Para la iglesia el nuevo mundo del ciberespacio “es un llamado a la aventura de usar este gran potencial para proclamar el mensaje del evangelio y seguir el mandato del señor de remar mar adentro” expone José Antonio Marina en el artículo, “En que creemos hoy”³³.

En la Jornada Mundial del 2003, el Papa Juan Pablo II reflexionaba -a la luz de la Carta "Pacem in terris" de su antecesor Juan XXIII; quien señalaba que “la verdad, la justicia, la caridad y la libertad son los pilares de una sociedad pacífica- que hoy ha crecido el poder de los medios para moldear las relaciones humanas e influenciar la vida política y social, tanto para el bien como para el mal. De ahí que el mundo de los medios tiene todavía mucho que aprender, sobre el respeto y el servicio a la verdad como elemento esencial de la comunicación humana”³⁴.

Aquí haciendo un llamado a la ética periodística y al buen empleo de los medios para la transmisión de los mensajes y sobre todo para el respeto y la verdad periodística.

En la jornada del 2004, el Papa Juan Pablo II la nombró "*Los medios en la Familia un riesgo y una riqueza*", en la que mencionó, “que tanto los medios de comunicación como las personas a quienes se dirigen tienen una dimensión moral, y por eso evoca las palabras del señor en Mateo 12: "de la abundancia del corazón habla la boca", para que “entendamos que la estatura moral de las personas crece o disminuye según las palabras que

³³ Roberto M. Guarneros/Jorge Alcalde, Ob. Cit., Pág. 64.

³⁴ www.ni.laprensa, Ob. Cit.

pronuncian y los mensajes que eligen oír. Como consecuencia los dependientes de los medios tienen necesidad de sabiduría y discernimiento en el uso de los medios de comunicación social y una gran responsabilidad pues sus decisiones influirán sobre muchas personas en la sociedad”.

El tema elegido por Juan Pablo II, para el año 2005 antes de su muerte fue: *"los medios de comunicación al servicio del entendimiento entre los pueblos"* en el cual señaló la necesidad urgente de promover la unidad de la familia Humana a través de la utilización de estos “maravillosos recursos” como él los llamaba; por lo que hizo un llamado a los comunicadores para que contribuyan a la construcción de la paz³⁵.

Por lo que nos podemos dar cuenta esa labor de trabajar mano a mano con los medios de comunicación es cada vez mas estrecha. No solamente a través de mensajes en las jornadas mundiales de las comunicaciones habló Juan Pablo II a los medios exaltando su labor, de la misma forma lo hizo en el jubileo de los periodistas en el cual aseveró: "es posible al mismo tiempo ser auténticos cristianos y excelentes periodistas" según declaraciones publicadas en la pagina de Internet vatican.

En otras ocasiones como en el congreso organizado en Roma por el consorcio de radio, televisiones libres locales, **Carol Wojtyla** aseguró que “los medios de comunicación deben inspirarse en los valores cristianos, ya que cada día se vuelven mas complejos y desempeñan un importante papel en la formación de la mentalidad y la construcción de la sociedad civil”³⁶.

Finalmente uno de los últimos documentos escritos por **Wojtyla** para los comunicadores, el cual ha sido calificado por el arzobispo Foley, presidente del Consejo Pontificio para las comunicaciones, de "obra maestra" de intuición; se trata de la carta apostólica "El rápido desarrollo".

³⁵ wwwni.laprensa, Ob. Cit.

³⁶ www.vatican.com

En esta carta el Sumo Pontífice recordó el decreto del Vaticano II *Inter mirífica* y nos dice que “también el mundo de los medios de comunicación necesita la redención de Cristo. Además asegura que para analizar con ojos de fe los procesos y el valor de las comunicaciones sociales recomendaba la profundización de la Sagrada Escritura”.

Desde esta perspectiva los medios de comunicación dejaban ver a la religión como una oportunidad para llegar a los hombres en cualquier latitud. Y añadió Juan Pablo II, que “la comunicación debía penetrar las realidades esenciales de la Iglesia llamada a anunciar a todos el mensaje de la Salvación, para acrecentar la comunión y hacer más incisivas las palabras del Evangelio”.

“RATZINGER DICE SÍ A LOS MEDIOS”

Pero en realidad los legados de Juan Pablo II llegaron más allá de su muerte, pues ahora, el actual Papa también sugiere utilizar a los medios.

Benedicto XVI invitó a los sacerdotes mexicanos a brindar “una respuesta iluminadora” a los anhelos de “consolidar una cultura y unas instituciones democráticas, económicas y sociales que reconozcan los derechos humanos del pueblo”.

Los exhortó a aprovechar la “nueva cultura marcada por los medios de comunicación”, dentro de una sociedad “plasmada en muchas y diversas realidades, algunas muy buenas y prometedoras y otras mas complejas”³⁷.

Expresó particular preocupación por los jóvenes, “que se encuentran ante una sociedad marcada por un creciente pluralismo cultural y religioso”, pero, además, porque se enfrentan “a veces muy solos y desorientados a corrientes de pensamiento según las cuales, sin necesidad de dios e incluso contra dios, el hombre alcanza su plenitud a través del poder tecnológico, político y económico”.

Agregó: “Por encontrarnos en una nueva cultura marcada por los medios de comunicación social, la Iglesia en México ha de aprovechar la colaboración de sus fieles, la preparación de tantos hombres de cultura y las oportunidades que las instituciones públicas concedan en los mismos. Poner el rostro de Cristo en ese ambiente mediático requiere un serio esfuerzo formativo y apostólico que no puede postergarse”

Según declaraciones del Licenciado Ángeles Vera, quien se ha dedicado durante 20 años al periodismo y trabajado en un sin numero de medios, “esto no es mas que un destape, ya que este Papa ya se abrio y puso sobre

³⁷ Alma E. Muñoz, “Aprovechar los medios”, *La jornada*, México, 9 de Septiembre del 2005, Pág. 11.

la mesa las cartas, diciendo “urge que entremos a los medios de comunicación”, pero en realidad esto ya lo venían haciendo, no es nuevo, lo interesante es que se quitaron el velo, porque en un mundo globalizado, sobre todo con la experiencia que dejó el Papa Juan Pablo II, quien fue un gran manejador de Dios, ya no es posible que el papa se quede en su catedral, salir y buscar a los medios porque esta época es mediática, los medios gozan de gran influencia en la sociedad, el papa lo acaba de decir, pero ya lo están haciendo”.

Por su parte representantes de la religión **católica** en una entrevista publicada en la pagina de Internet laprensa.com, como el sacerdote René Grimaldi, aseguran que “los medios de comunicación tienen la responsabilidad moral de difundir la información con un sentido ético para beneficio de la formación de la niñez, la juventud y la sociedad”. Y que “Los medios precisamente influyen en la conciencia del individuo y conforman la mentalidad y determinan la visión de las cosas”, expresó.

Según Grimaldi, “es importante garantizar la formación y la atención pastoral de los profesionales de la comunicación”, “o sea es necesario llegar a esas personas que trabajan en televisión, radio, Internet y prensa, para orientarlas”, precisó.

También Recordó que el Papa Pablo VI dijo: “La Iglesia, los cristianos se sentirían culpables ante Dios si no emplearan esos poderosos medios de comunicación social” y afirmó que “los medios de comunicación deben difundir el mensaje salvífico en la nueva cultura”³⁸.

Por tal razón mencionó el licenciado Ángeles Vera que la sugerencia de la utilización de los medios no era nueva, solo una invitación más.

Por su parte Grimaldi Observó que “a nivel mundial se ha puesto en marcha una nueva cultura influida por los medios de comunicación con características que impactan para bien o para mal en la formación de la

³⁸ wwwni.laprensa Ob. Cit.

juventud”.

Sin embargo, advirtió que muchas veces “las personas asumen lo que les llega a través de las noticias, películas, reportajes y canciones, pero es algo que puede resultar muy delicado porque esa influencia puede ser para bien, pero otras veces para mal”.

Pero no solo Grimaldi hace declaraciones de este tipo Humberto Belli, miembro del Opus Dei en Nicaragua, se refirió a la importancia que representa para el ser humano el tipo de cosas que lee o escucha en la formación de su personalidad y valores.

Humberto Belli dijo que “una persona bien formada y bien informada, automáticamente se convierte en una persona líder de opinión porque tiene mejor penetración de los acontecimientos, ante un público cada vez más perplejo ante tanto acontecimiento”.

También expresó que “gracias a los medios de comunicación social el mundo vive en una interacción sin precedentes con el acontecer mundial, donde la revolución tecnológica permite que Nicaragua esté informada al momento que se producen los acontecimientos en cualquier parte del mundo”.

En ese orden, asegura Belli, “ante una gama de noticias de todo tipo que es difundida por los medios de comunicación, es preciso discernir lo importante, lo útil como orientación que éstas puedan servir para bien del individuo.

LA IGLESIA Y LA RELACIÓN CON EL ESTADO (ENEMIGOS O ALIADOS)

“Desde que los medios de comunicación nacen como medios de influencia en la sociedad, una pregunta que se ha venido haciendo es, ¿si los medios tienen derecho o no a ser utilizados por el estado? de acuerdo con toda la normatividad e historia política y económica del país, no tienen derecho, sin embargo, ese acuerdo jurídico que ha sido maltratado durante la historia desde que Benito Juárez decretara las leyes de reforma, donde le daban el carácter laico al estado mexicano, y después vinieron todas las crisis de la revolución, donde el estado mexicano trató de recuperar su laicidad y hasta las guerras cristeras que el estado mexicano se negó a darle espacios políticos a la Iglesia católica, sin embargo la Iglesia católica siempre ha intervenido en la vida política del País ” expone el Lic. Ángeles Vera.

El presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, José Luís Soberanes Fernández, consideró “anticonstitucional y discriminatorio que no se permita a las Iglesias poseer medios de comunicación en México”³⁹.

Apuntó que “en el país hay cinco limitaciones a la libertad religiosa: debe solicitarse permiso a la autoridades para hacer manifestaciones de culto público fuera de los templos; se prohíbe a las asociaciones religiosas no solo poseer medios electrónicos sino también escritos; no se da plena validez a los matrimonios celebrados por Iglesias; no se permite el derecho a la objeción de conciencia, y se niega la asistencia religiosa en instalaciones militares”. “Solo en coacciones y de manera velada se permite en los cuarteles” agregó.

La libertad religiosa, indicó, es mucho más que la de culto o la conciencia, pero hay restricciones serias, como que no se permita poseer

³⁹ Alma E. Muñoz, “Condena CNDH discriminación contra la Iglesia”, *La jornada*, 17 de Noviembre 2005, Pág. 8.

medios de comunicación. “Es una discriminación por motivos religiosos, lo que hace una violación constitucional”, indicó.

De la misma forma resaltó la necesidad de reformar la Ley De Asociaciones Religiosas y culto Público para adaptarla a lo planeado en el artículo primero constitucional, referente a prohibir la discriminación por origen étnico o nacional, género, edad, capacidades diferentes, condición social, religión, opiniones, preferencias, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana.

Apenas iniciada la Independencia, se presentó el conflicto entre la Iglesia y el Estado si durante la colonia la unidad de la Iglesia y el Estado a través del patronato se dio muy estrecha, al hacerse la emancipación, el clero quiso conservar los privilegios, pero no las obligaciones.

A través del Real Patronato el monarca podría hacer la proposición de los nombramientos de dignatarios eclesiásticos, mas esa proposición se convirtió con el tiempo casi en nombramiento.

Por ello no es extraño que algunos funcionarios de la Independencia fueran partidarios de conservar el patronato. Así se explica la pugna tan compleja que se presentó y que había de culminar en la Guerra de los Tres Años o de Reforma, durante la cual se expedirían las leyes de ese nombre, y entre todas, las relativas al Registro Civil⁴⁰.

La primera manifestación jurídica para establecer un equilibrio entre las relaciones estado-iglesia se presentó con la Administración del Presidente Valentín Gómez Farías, de 1833-1834. “El Gobierno liberal y republicano tenía otros problemas debido a que no se reconoció la Independencia Mexicana por España hasta el año de 1836. El gobierno mexicano trató de establecer relaciones con el Vaticano y se envían algunos emisarios; sin embargo resulto en fracaso diplomático y nulo los esfuerzos de México”.

⁴⁰ Constitución 1857-Leyes de Reforma y Registro Civil-Manifiesto 1859-Leyes y Decretos Eclesiásticos-Ley Sobre el Estado Civil de las Personas-Galería Documentos Originales Archivo General de la Nación.

Una muestra de cómo se va produciendo el movimiento reformista lo tenemos en el concurso que convoca el gobierno de Zacatecas, presidido por don Francisco García, en 1831. Se concretaba, básicamente a la calidad de los bienes eclesiásticos y a la intervención que podría tener la autoridad civil.

El concurso es ganado por el teólogo José María Luís Mora, quien se inclina abiertamente por la intervención de los bienes eclesiásticos. La situación es muy clara desde el punto de vista económico, porque “la iglesia era la principal institución por su riqueza, fenómeno muy explicable si se piensa en los antecedentes coloniales, tanto la influencia espiritual como de su unidad con el Estado” declara el Lic. En derecho Eduardo Arturo Romero Arroyo, egresado de la facultad de derecho de la universidad de Guadalajara.

Las luchas siguen a lo largo de dos décadas, fracasando las reformas de Gómez Farías. Después poco a poco fueron haciendo reformas a las leyes y la iglesia y el estado seguían oficialmente separados, y es para la constitución de 1917 cuando en el artículo 130 se menciona que “la iglesia y demás agrupaciones religiosas, se sujetaran a ley”⁴¹.

Y en este mismo artículo deciden que “los ministros de culto no podrán desempeñar cargos públicos. Como ciudadanos tendrán el derecho al voto, pero no serán votados”⁴².

De acuerdo a lo declarado por el Lic. Ángeles Vera, quien tuvo la iniciativa para mejorar las relaciones Iglesia-Estado fue el ex presidente Carlos Salinas de Gortari, al permitir las visitas papales de forma abierta.

Así mismo, asegura que en la actualidad la Iglesia “siempre ha intervenido en asuntos del país, no de una manera abierta pero si de una manera subterránea, lo que no es público, pero últimamente lo ha hecho de una

⁴¹ Constitución Política de los estados Unidos Mexicanos, Pág. 166, México 2002.

⁴² Ob. Cit. Pág. 67.

manera mas abierta y con mas rebeldía, con los últimos gobiernos neoliberales y tecnócratas, que lo único que se interesaron en el país es en la economía y han dejado de lado la política, esta permitido que la iglesia se habrá mas a la vida política y en esa intervención, son los medios los instrumentos para intervenir”

Por lo tanto “se deja a un lado la propagación de la fe para entrar en la vida política como siempre lo han anhelado”.

Sin duda “lo único que quiere es participar abiertamente en la vida política del país, y no es muy difícil de comprobar, nada mas recuerden todas las declaraciones que han hecho sobre la política diferentes obispos, un claro ejemplo Norberto rivera” quien constantemente “cita a conferencia de prensa después de celebrar sus misas, pero cuando se le quiere preguntar por cuestiones que ponen en la cuerda floja a la presa solo dice que no dará entrevistas porque no hay nada importante que tratar como lo publicó la revista Proceso”, concluye Ángeles Vera.

CAPÍTULO II: “EL CATOLICISMO Y LOS MEDIOS TRADICIONALES”

A través del tiempo los diferentes miembros de la sociedad han encontrado en lo religioso una forma de explicar su realidad, a tal grado que religiones como la católica se apoderaron de los avances tecnológicos para difundir la fe. Muestra de ello es la invención de la imprenta que toma para su primera impresión los escritos religiosos de la Biblia, sin embargo, debido a la constante evolución esto ya no fue suficiente, por ello el catolicismo se ha acercado a los diversos medios de comunicación en la actualidad para continuar con su labor evangelizadora, masificando la religión alrededor del mundo.

LA PRENSA Y EL CATOLICISMO

Pareciera que el uso de los medios de comunicación en la religión católica podría ser nuevo, sin embargo la realidad es que “la religión católica no es nueva en esto”, asegura el Francés Michael Duquesnay, Lic. En Teología y Filosofía. El establecimiento de la imprenta en México significó una empresa necesaria e indispensable para la divulgación del pensamiento occidental cristiano⁴³.

El propósito principal de la Iglesia católica es evangelizar a través de un gran número de personas que forman toda una clerecía. Esto se ha venido haciendo a lo largo de la historia, utilizando diferentes métodos tradicionales como la oratoria, pintura, escultura, teatro, procesiones, fiestas, etc. Pero a finales del siglo XIX surgieron nuevas formas, que tienen que ver con los avances tecnológicos que han venido surgiendo como lo son los medios de difusión masiva: cine, radio, televisión e Internet.

Gracias a estos medios, ni siquiera es necesario saber leer para acceder a gran cantidad de información que existe en torno a la religión⁴⁴. Es

⁴³ www.ciberamerica.org, Última actualización: 6/9/2005

⁴⁴ www.elescolista.org, consultada el 25 /12/2005

importante recalcar que, desde antes de la llegada de estos nuevos medios de comunicación, la prensa fue el primer medio utilizado para la divulgación de asuntos no solo religiosos, sino políticos y de interés para las sociedades de épocas antiguas.

No es en vano mencionar que desde la aparición de la imprenta uno de los primeros impresos fue la Biblia: la primera llamada "de 42 líneas", que se empieza a componer en el taller de Gutemberg en 1452 y es la única obra que se le atribuye con seguridad, y la segunda la "de 36 líneas" del año 1459, y hay opiniones de que con anterioridad a ellas se imprimió el Misal de Constanza, catalogado como "el libro tipográfico más antiguo que se conoce", que parece ser de 1450, o incluso antes. Desde luego, en esta obra parece que se hallan defectos de composición de los que adolecen las citadas Biblias, y que hay quien le considera como una primera impresión experimental⁴⁵.

Sin embargo en estas misma fechas la imprenta aun no llegaba a en México, fue hasta que figuras tales como patrocinadores e impulsores de la imprenta en nuestro país, lograron insertar la imprenta en el país, uno de ellos fue fray Juan de Zumárraga, primer obispo de México y a don Antonio de Mendoza, primer virrey de la Nueva España⁴⁶. Miembros activos en esa época de la religión católica que también tenían como propósito difundir sus creencias, es ahí cuando se valen de esta nueva herramienta; traída a nuestro país por ellos mismos para la divulgación de sus evangelios y testimonios de Jesucristo personaje principal del Cristianismo.

Quienes también fueron personajes importantes que tuvieron que ver con la llegada de este medio como empresa fueron, Juan Cromberger, impresor alemán establecido en Sevilla, dueño de una prestigiosa casa editora con capital para establecer una sucursal en la Nueva España y Juan Pablos, oficial

⁴⁵ Enciclopedia Encarta 2000

⁴⁶ ciberamerica.org, *ibidem*

del taller de Cromberger, a quien como copista o componedor de letras de molde se le tuvo la confianza para fundar la imprenta⁴⁷.

Juan Pablos imprimió libros y folletos, en su mayoría de carácter religioso, de los que se conocen ocho títulos realizados en el período 1539-44, y otros seis entre 1546 y 1548.

De la primera etapa de la imprenta con denominación "en casa de los Cromberger", podemos citar las siguientes obras: Breve y mas compendiosa doctrina christiana en lengua mexicana y castellana que contiene las cosas mas necesarias de nuestra sancta fe catholica para el aprovechamiento destos indios naturales y salvación de sus ánimas.

Se cree que esta fue la primera obra impresa en México, el Manual de adultos del que se conocen las tres últimas páginas, editado en 1540 y mandado hacer por la junta eclesiástica de 1539.

A estos siguieron en 1544 la Doctrina Breve de 1543 destinada a todos en general; el Tripartito de Juan Gerson que es una exposición de la doctrina sobre los mandamientos y la confesión, y tiene como apéndice un arte de bien morir; el Compendio breve que trata de cómo se van hacer las procesiones, destinado a reforzar las prohibiciones de las danzas y regocijos profanos en las fiestas religiosas, y la Doctrina de fray Pedro de Córdoba, dirigida exclusivamente a los indios.

El último libro realizado con el nombre de Cromberger, como casa editora, fue la Doctrina Cristiana breve de fray Alonso de Molina, con fecha de 1546. Dos obras editadas sin el nombre del impresor, fueron la Doctrina Cristiana mas cierta y verdadera para gente sin erudición y letras (diciembre 1546) y

⁴⁷ ciberamerica.org.ibidem

la Regla Cristiana breve para ordenar la vida y el tiempo del cristiano (en 1547⁴⁸).

Es importante hacer mención en que la palabra impresa contribuyó a la difusión de la doctrina cristiana entre los indígenas y apoyó a quienes, como evangelizadores, doctrineros y predicadores, tuvieron la misión de enseñarla; y, a la vez, fue también un medio de difusión de las lenguas indígenas y de la fijación de éstas en las "Artes", así como de los vocabularios de estos dialectos, reducidos por los frailes a caracteres castellanos.

También la imprenta propició, a través de obras de carácter religioso, el fortalecimiento de la fe y de la moral de los españoles que llegaban al Nuevo Mundo. Los impresores incursionaron notablemente en temas de medicina, derechos eclesiástico y civil, ciencias naturales, de navegación, de historia y de las ciencias, propiciando socialmente un alto nivel de cultura en el que destacaron grandes figuras por su aportación al conocimiento universal.

La Iglesia apoyaba al régimen desde **El Diario**; un periódico español publicado en Madrid por Editorial Católica, fue uno de los periódicos más populares e influyentes de España en la época del franquismo y durante mucho tiempo los comunicadores eclesiásticos tuvieron las mismas prioridades políticas que el Gobierno, además de sazonar la predicación piadosa con componentes patrióticos. Ser español incluía ser católico y las otras confesiones cristianas estaban reducidas al silencio.

Sin embargo y a pesar de la aparición de nuevos medios electrónicos de comunicación, la iglesia católica aun se vale de los impresos para difundir y dar a conocer sus mensajes, esto a través de folletos con oraciones, las guías para saber rezar un rosario, misales que anualmente se editan, revistas, que las religiosas ofrecen al término de las reuniones eclesiásticas dominicales o que encuentras en tu puesto de periódico, de forma semanal,

⁴⁸ Griffin Clive, *Los Cromberger*, la historia de una imprenta del siglo XVI en Sevilla y México, Madrid, ediciones de Cultura Hispánica, 1991.

quincenal, mensual o incluso bimestralmente, los libros incluyendo la Biblia que encuentras en tiendas religiosas.

Es muy común que a causa de la aparición de nuevas formas de dar a conocer los mensajes religiosos, aunado con el mito que se tiene de los santos y grandes personajes de la iglesia católica, los editores y creadores de esa nueva prensa religiosa crean cuentos ilustrados de diferentes personajes Bíblicos, los cuales serán aun más atractivos para los fieles.

De esta nueva prensa religiosa surge el cuento ilustra de uno de los personajes más importantes para la religión católica como lo es la Virgen de Guadalupe como lo menciona Margarita Zires en sus escritos de mitos Guadalupanos, donde asegura “que la difusión de estos cuentos es mayor que los textos escritos dirigidos a los religiosos y eruditos de tiempos pasados”. Este tipo de prensa religiosa es posible conseguirla según Zires “en toda librería religiosa o escuela de catequesis”.

Los cuentos, mencionando específicamente el caso al que hace referencia Zires son “un relato escrito de la aparición de la Virgen de Guadalupe se ve complementado por un conjunto de imágenes que ilustran el texto con el fin de hacer más accesible el relato a aquellos que no leen o lo hacen poco”.⁴⁹

En el cual sugiere que los padres interesados en la educación religiosa de sus hijos, pueden hacer uso de esos cuentos, ya sea leyéndoselos o proponiéndoselos para leer, a medida de que estos tengan un acercamiento de forma diferente con lo religioso.⁵⁰

A causa del fenómeno que se presencia con la nueva forma de hacer religión Margarita menciona “que nuevas interpretaciones y nuevas estrategias de evangelización han surgido a partir de la expansión de las industrias

⁴⁹ Margarita Zires, *Nuevas estrategias político-religiosas*, UAM-X, México, D.F., 1992, pp.59

⁵⁰ *Ibid*, pp.59

culturales en un país en donde coexisten múltiples desarrollos socioeconómicos y diversos “mexicos”, desde un México en el que prevalecen las tradiciones prehispánicas, hasta el México urbano postindustrial”⁵¹.

Por su parte el Francés Michael Duquesnay, asegura que “sin dudarle este fenómeno no es más que parte de la globalización en la se vive, y con la que nos enfrentamos día a día”⁵².

La iglesia católica, siempre ha pensado en como manejarse delante de los medios de comunicación y para ello desglosa a través de la página en Internet www.elescolia.org los principales escritos eclesiásticos sobre los medios de comunicación:

a) *Inter mirifica*: El Concilio quiso tratar el asunto de los medios en línea aperturista, aunque fue un documento endeble y con múltiples votos contrarios. Su mayor valor es su propia existencia y pretende ser la firma de la paz entre la Iglesia y la cultura moderna. Constituye un mandato especial para un posterior y más amplio estudio.

b) *Communio et progressio*: Como respuesta al mandato conciliar en 1971 se publica esta instrucción pastoral que pretende dar una visión cristiana acerca de los medios de comunicación de masas. El documento ofrece una nueva valoración, calificando a los medios como un don de Dios que unen a los hombres en el progreso y en la comunión. Son un instrumento magnífico para la propagación de la cultura y de la fe.

- Con respecto a su moralidad, los medios deben valorarse por su servicio al bien común.
- De su función dimana una grave responsabilidad: tienen derecho a obtener y a difundir información y están sometidos a deberes en el campo de la cultura, el ocio, las artes y la publicidad.

⁵¹ Ibid, pp.58

⁵² Lic. en teología y filosofía Michael Duquesnay, entrevista personal, 18 de enero del 2006

- Los medios deben servir al hombre, y los católicos deben emplearlos para difundir el Evangelio y para la comunicación en el interior de la Iglesia y de la Iglesia con el mundo.

c) *Aetatis novae*: En 1992 se publica este nuevo documento que actualiza la *Communio et progressio*, analizando la nueva situación y ofreciendo nuevas respuestas.

- En cuanto a la nueva situación se constata que los medios han convertido al mundo en un Aldea global@; los cambios políticos en Europa Oriental ofrecen ocasión para la proclamación del Evangelio donde había sido callado; y surgen retos de evangelización en el Viejo Mundo, en América y Asia.
- La *Aetatis novae* ofrece nuevos matices con respecto a la *Communio et progresio*: a los medios se les contempla ahora con mayor distancia; se relativiza su importancia excluyente de otros modos de comunicación; y se evidencia la posible manipulación de las masas. Los medios deben ser utilizados por toda la acción pastoral y no deben ser reducidos en el organigrama eclesial a un tratamiento específico y especializado.

d) *Catecismo de la Iglesia Católica*: El Catecismo aborda el asunto de los medios de comunicación dentro del artículo 8 de los cánones dedicados a los Mandamientos. El canon 2493 resalta el importante papel que hoy cumplen en el campo de la información, de la formación y de la promoción de la cultura. Así mismo se reconoce que estos medios están al servicio de bien común con pleno respeto a la verdad, la libertad, la justicia y la solidaridad. La sociedad es el sujeto del derecho a la información y el ejercicio del mismo exige que la comunicación sea verdadera e íntegra, salvadas la justicia y la caridad. Los medios deben procurar la formación de una recta opinión pública.

En la actualidad en México existen diferentes publicaciones religiosas como "***El Periódico Diocesano de Campeche***" de la arquidiócesis de

Campeche, **“El Mensajero Diocesano”** de la Arquidiócesis de San Juan de los Lagos, **“Encuentro”** de la arquidiócesis de San Luis Potosí, **“Revista México Marista”** entre otros. Las revistas comerciales han mostrado también interés por incluir en sus ediciones, artículos, reportajes o documentales religiosos, un ejemplo de ello son las revistas **“Conozca Mas”** y **“Muy Interesante”**, las cuales incluso han utilizado figuras importantes de la Iglesia como portadas de las mismas para atraer así al consumidor como es su función.

El 15 de Diciembre 2000 **“Conozca Más”** publicó una portada en la que se muestra la imagen del papa Juan Pablo II, con el título *“Juan Pablo II, El papa exorcista”*, para el 12 de agosto del 2003 publica en su portada el rostro de Cristo hecho de la conjunción de diferentes imágenes pequeñas del mismo personaje y a la cual titulaban *“Ídolo de Masas”*, por su parte **“Muy Interesante”** edito también en diferentes números, artículos titulados *“Al fin del Milenio, ¿En que creemos los mexicanos?”*, el cual era ilustrado con la Virgen de Guadalupe en el ejemplar publicado en Abril del 2000, el 31 de mayo de 2005 se publicaba también *“El análisis histórico de la Virgen María”*, el cual mostraba la imagen de la misma y para el 31 de Diciembre del mismo año la portada estaba encabezada con el rostro de Jesucristo y llevaba el título de *“Jesús y los evangelios apostólicos”*, estos por citar algunos.

Una prueba clara y muy local de la implicación de la religión en la prensa escrita es el suplemento **“Desde la Fe”** que sale los domingos en unos de los diarios más vendidos en la capital del estado de Hidalgo como lo es **“El Sol de Hidalgo”**. El cual tiene mayor éxito en la temporada de semana santa cuando los católicos se vuelven más católicos aún.

Este no es el único periódico local que épocas de pascua, se enfoca a cuestiones religiosas, basta dar una hojeada a la gran mayoría de los diarios importantes para darse cuenta que la religión traspasa fronteras y medios.

Desde la Fe no es la única publicación que existen en el estado respecto a temas religiosos también existen las publicaciones de revistas que por su parte edita la diócesis de Tulancingo, como la titulada “**Pescador**” la cual es publicada bimestralmente que está dirigida y editada por el presbítero Jorge Anaya M. quien forma parte de los presbíteros de la misma diócesis.

Es por ello que hace suponer que la iglesia católica ha pensado de forma personal utilizar a los medios desde siempre, iniciando con los medios mas antiguos como lo son los escritos, y después utilizando los medios electrónicos para hacer también uso de ellos de una forma discreta en sus inicios, para después dar paso de una forma más abierta y ahora hasta indispensable.

LA RADIO Y EL CATOLICISMO

El mundo eclesiástico occidental, las Iglesias cristianas, decidieron tomar posiciones en los nuevos medios de comunicación, sobre todo en la radio, al final de la segunda guerra mundial.

La Iglesia católica en particular se dedicó a crear una prensa y una radio confesionales, como complemento de aquella otra estrategia política que consistió en patrocinar la creación de un partido demócrata cristiano nacido para enfrentarse a la influencia comunista creciente en Italia. La decisión fue estrechamente apoyada por el Gobierno norteamericano y en ello tuvo mucho que ver el influyente cardenal Spellman, verdadero “broker” entre el Vaticano y el poder vencedor en la Segunda Guerra Mundial, algo que se hizo cada vez más necesario al comenzar la Guerra Fría⁵³.

Los medios católicos no adoptaron el modelo confesional de las Iglesias protestantes que crearon periódicos y emisoras de radio como ampliación de las actividades estrictamente piadosas. Los obispos protestantes querían

⁵³ www.ARGENPRESS.info.com, consultada el 25/12/05

simplemente llegar más allá de la mera predicación desde el púlpito y en sus medios se limitaban a fomentar la devoción de sus públicos.

El Vaticano, por su parte, permitió en algunas diócesis que se utilizara ese modelo pero prestó atención principal a la acción política⁵⁴. Una vez más son aplicables las declaraciones que el Lic. Ángeles Vera hace sobre la utilización de los medios de comunicación por la Iglesia Católica para ingresar al ámbito político.

De la misma forma es importante mencionar que el Vaticano cuenta con su propia estación de radio la cual se pone al alcance de los católicos a través de la página en Internet de Agencia Católica de Noticias en México, esta ofrece al público un software de descarga ligera para que escuche Radio Vaticano así como algunas otras estaciones de radio católicas en español, o en otras lenguas.⁵⁵

Es importante mencionar que Radio Vaticano fue creada por Pío XI después de la conciliación con Italia, con objeto de comunicar el centro de la Iglesia católica con las diversas partes del mundo utilizando instalaciones propias.

La primera emisora en la Ciudad del Vaticano, proyectada por Guillermo Marconi, fue inaugurada por el mismo Pío XI, el 12 de febrero de 1931, con un radiomensaje dirigido al mundo entero.

Ante las crecientes necesidades, Pío XII decidió construir un nuevo centro emisor en la localidad de Santa María de Galeria, a 25 km. de Roma. Dicho centro, que goza de las inmunidades previstas en los arts. 15 y 16 del tratado de Letrán (gracias al acuerdo entre la Santa Sede y la República italiana del 8 de octubre de 1951), fue inaugurado por Pío XII el 27 de octubre de 1957⁵⁶.

⁵⁴ WWW. ARGENPRESS.ibidem

⁵⁵ <http://www.agenciacatolica.com/modules/news> consultada el 15 de marzo del 2007.

⁵⁶ <http://www.vaticanstate.va> consulta el 15 de marzo del 2007

El escenario español fue particularmente interesante porque la alianza de obispos españoles con Franco y su refrendo vaticano, les permitió gozar de una posición privilegiada en el muestrario de unos medios de comunicación, censurados o dirigidos desde el Estado.

Por otro lado la radio en México, toma fuerza en 1985; en él se produjo el terremoto que sacudió a la Ciudad Más grande del mundo, ya que para ese entonces estaba siendo opacada por la televisión, un año más tarde después de ese renacimiento, es cuando da inicio uno de los programas donde se abordan temas religiosos el programa llamado "*Religiones en el mundo*", en el cual los temas religiosos dejan de ser un tabú para pasar a ser el tema principal de este programa transmitido por Radio Red hasta ahora.

En una columna publicada en el periódico la Jornada uno de los pioneros de este programa Bernardo Barranco declara:

“Ser testigo de los acontecimientos político-religioso ha sido un privilegio. A lo largo de estos 10 años, el programa radiofónico *Religiones en el mundo*, de Radio Red, me ha permitido ser observador de primera fila; desde ahí he constatado las transformaciones de las creencias y he analizado los intereses de las principales instituciones religiosas. Perdón si hablo en primera persona y por abordar un tema de interés propio pero creo que vale la pena destacar que mantener durante tanto tiempo una emisión al aire responde, en cierta forma, al creciente interés que la sociedad tiene en estos temas.

Abordar lo religioso en medios electrónicos desde una perspectiva laica, abriendo espacios académicos y analistas sociales, en un principio desconcertó a muchos, especialmente a los propios actores religiosos. Estos se escudaban en que la temática religiosa y eclesiástica eran un tabú y pocas veces su actuación y pensamiento eran analizados y criticados con nuevos enfoques,

que fueran mas lejos que el ramplón jacobinismo, si *La Jornada* y *Proceso* abriendo el tema religioso en medios impresos con nuevas vertientes de análisis., Religiones en el mundo lo hizo en medios electrónicos. Aunque parezca ahora increíble, abordar críticamente lo religioso en radio era delicadísimo hace tan solo una década”⁵⁷.

Por su parte Mario Alberto Viornery Oropeza Licenciado en Ciencias de la Comunicación, y ex productor del Programa de radio local Poder Joven declara “ Creo que aun sigue habiendo censura en cuanto a temas religiosos y políticos al menos en la radio estatal de Hidalgo, personalmente he tenido una serie conflictos, nada que no se pueda arreglar, debido a mi interés por discutir y se tocar temas religiosos y políticos, pero debido a las censuras con las que se cuentan esto no es totalmente posible, es por ello que me da gusto que en otras radiodifusoras que no dependen de instituciones gubernamentales puedan poner en la mesa ese tipo de contenidos, ya que en la actualidad existe una nueva visión de lo que es la religión”⁵⁸

La censura en la actualidad es uno de los obstáculos con los que se enfrentan personas que están al frente de los medios de comunicación que dependen del Gobierno, otro panorama totalmente diferente viven, aquellos que se enguantan en medios comerciales, porque a pesar de la censura que pueda existir en esta es mínima a comparación a los medios estatales.

Bernardo Barranco, columnista de **La Jornada** también dice que “En este periodo hemos sido testigos de un fuerte sacudimiento de la iglesia católica en México y me atrevería a decir que cierta decadencia. El triunfalismo mediático de las masivas visitas de Papa Juan pablo II contrasta con el avance de pujante movimientos religiosos como el de los Pentecostés y de

⁵⁷ Bernardo Barranco, Décimo aniversario de “Religiones en el mundo”, *La Jornada*, 16 de Noviembre 2005, Pág.26.

⁵⁸ Mario Alberto Viornery Oropeza, entrevista personal realizada el día 15 de Enero del 2006.

emergencia de nuevas religiosidades populares como el culto a la santa muerte.

La jerarquía católica se siente impotente ante el éxodo constante y la pérdida progresiva de fieles, especialmente de origen popular, pero en lugar de responder con novedosas propuestas pastorales los prelados se refugian en la traición de sus principios y en la fuerza del poder. Los reiterados escándalos sobre abusos sexuales por parte de sectores del clero prenden lo focos rojos de una institución que goza de doctorados en adaptaciones históricas a nuevas realidades⁵⁹.

Sus declaraciones hacen pensar que la Iglesia Católica en vez de preocuparse, por hacer cosas para recuperar adeptos, están mas preocupados por limpiar una imagen que muchos, con sus actos han manchado, y si bien es cierto la comunidad Católica no es la primera en utilizar a los medios de comunicación electrónicos para difundir su mensaje, al menos no en el estado, y son los grupos cristianos quienes ahora cuentan con más programas dedicados a sus creencias que la misma iglesia Católica.

Tan sólo en el valle de México; asegura una nota publicada en la jornada el 9 de junio del 2008, han sido hasta 10 las emisoras, en frecuencias de AM y FM, que en diferentes momentos han incorporado contenido abiertamente religioso en su programación cotidiana, entre ellas Radio 620, de Grupo Rasa; Radio 1440, de Grupo Siete; 590, de Núcleo Radio Mil; ABC, de México Radio; Radio Centro, del grupo del mismo nombre y Reporte 98.5, de Grupo Imagen, según el monitoreo de la investigación *La religión y los medios electrónicos: el caso de la radio del valle de México*, de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco.

Por otra parte, y continuando el monitoreo de la UAM, se hizo un seguimiento específico a la frecuencia 1030 AM de grupo Radio Centro y en

⁵⁹ Ob.Cit, Bernardo Barranco.

la cual se puede percibir una gran tendencia religiosa católica, entre muchos de los locutores, los cuales en ocasiones, dan el significado de palabras utilizadas dentro del contexto religioso, así mismo tienen invitados que dan testimonios de vida entorno a las cuestiones con Dios y como esta ha ido manejando en ese mismo sentido.

En el ámbito local “El proyecto de **“Jesús en las multitudes”** es un proyecto que dio inicio el 8 de febrero del 2004”, junto con este proyecto “se pensó también en hacer algo para los jóvenes de ahí surge **“Reto Anticongelante”**”, estos dos programas transmitidos por la cadena EXA todos los domingos en punto de las 12 del día, estación que “le dio la oportunidad a Ricardo Jiménez y a su hermano Naún para transmitir los mensajes que ellos como pastores de la Iglesia Cristiana quieren transmitir a la sociedad Hidalguense”⁶⁰.

El propósito de tener un programa de radio religioso para Isabel De Jiménez es “dar a conocer realmente el mensaje de Dios por medio de la palabra, que estoy segura, que a través de este medio llegar a mas hogares y a personas que necesiten de este mensaje”. Isabel esposa del pastor Ricardo encargado del programa de radio asegura que “este programa no tiene ningún fin lucrativo lo único que nosotros esperamos es llevar el amor de Dios a través del mensaje radiofónico, porque utilizar a los medios es más que estrategias, es dar a conocer el amor de Dios”.

Pero ¿qué es lo que ven los dueños de las radiodifusoras en estos programas? ¿Por qué brindarles un espacio a las religiones cuando en otras estaciones están totalmente renuentes a tocar temas religiosos?, por su parte Luis Daniel Carrera gerente general de EXA Pachuca, comenta que “No se les brinda espacio en si a las religiones, sino a las personas que acuden a nosotros solicitando el espacio radiofónico y quienes pueden cubrir con los requisitos solicitados, en una radiodifusora como EXA FM que es

⁶⁰ Isabel de Jiménez, entrevista personal realizada el día 18 de Febrero del 2006.

totalmente comercial, no existe tanta censura como en aquellas que están permisionadas, aun así el proyecto que se me presento por parte de Ricardo y Naún Jiménez me pareció interesante, se puso a prueba y cubrió las expectativa, incluso podría asegurar que las supero, yo soy partidario de la religión cristiana y no le apostaba tanto, pero la recepción de llamadas que se hace de estos programas es buena y nos muestra la gran audiencia que esta tiene a pesar de los horarios que se manejan”

Por su parte el francés Duquensay afirma que “sin duda la religión se vende y venden muy bien” el dice que “la religión se ve como producto, todo es negocio” y que “los católicos han utilizado a los medios de comunicación para no quedarse atrás, porque los grupos protestantes están a la punta en cuanto a la utilización de los medios electrónicos y tienen impacto, y van creciendo, esto en realidad esto no es nuevo, la transmisión del mensaje viene desde que Jesucristo sube a la montaña para ser escuchado, y estoy seguro que si el hubiera contado con bocinas para ser escuchado las hubiera utilizado”⁶¹.

La religión Católica en la radio no ha tenido en el estado de Hidalgo el auge que grupos cristianos han experimentado, sin embargo personajes de estos grupos cristianos, aseguran “no tarda en empezar a transmitirse programas de radio en Pachuca de la religión Católica, porque se han dado cuenta de que este medio de comunicación sirve como plataforma para difundir los designios de Dios y que es una forma efectiva para llegar a los fieles”⁶².

Sin embargo a pesar de que no existen como tal un programa de religión la católica, en estaciones como las de grupo ACIR, se transmiten capsulas religiosas en épocas Navideñas, y en Semana Santa en las cuales dan mensajes acerca del significado de dichas celebraciones y los ritos y rituales que se hacen con respecto a las cuestiones religiosas.

⁶¹ Ob. Cit, Lic. en teología y filosofía Michael Duquesnay

⁶² Ob. Cit., Isabel de Jiménez

Por su parte su parte Barranco dice que “**Religiones del mundo**, más que un programa de radio religioso, ha sido una emisión sobre religiones, un espacio de búsqueda o de dialogo, de crítica e investigación a través de las de 30 llamadas que se reciben, a pesar de que buena parte de escucha es agnóstico, se percibe la búsqueda de lo espiritual y del misterio.

Quizá intentan llenar los vacíos que deja la cultura y las propias instituciones religiosas, pero muchas personas están en la búsqueda de Dios”⁶³.

⁶³ Ob.cit.,Bernardo Barranco.

LA TELEVISIÓN Y LA RELIGIÓN

“La relación medios-religión adquiere un especial interés en nuestro país donde, además, las relaciones Estado-religión y Estado-medios de comunicación han sido accidentados y por lo mismo muy complejas” asegura Margarita Reyna profesora-investigadora de la UAM y especialista en el tema religioso. Es por ello que este fenómeno también se repite, aunque en menor medida, en la televisión

La llegada de la televisión a México no fue precisamente con aspectos religiosos, las transmisiones eran meramente espectaculares, a través de las televisoras de mayor importancia en México. El 8 de enero de 1973 las sociedades Telesistema Mexicano S.A. (creada en 1955 por la fusión de los canales 2, 4 y 5, y presidida hasta 1972 por Emilio Azcárraga Vidaurreta) y Televisión Independiente de México S.A. (creada en 1968 y propietaria del canal 8 que presidía Alejandro Garza) decidieron fusionarse y crear una nueva entidad denominada Televisa. Presidía la nueva organización Emilio Azcárraga Milmo y en su directorio figuraban también Rómulo O’Farril, Miguel Alemán Velasco, Alejandro Sada y Amalita Gómez Zepeda.

Se iniciaba así una segunda época decisiva en el desarrollo histórico de la televisión mexicana, que después de superar una etapa experimental, a lo largo de las décadas de 1930 y 1940, había dado paso a la creación de diversos canales (el 4 en 1950, el 2 en 1951, el 5 en 1952, unidos en Telesistema Mexicano a partir de 1955) y empresas que habían conseguido amplia expansión. Gracias a la creación de Televisa se consiguió armonizar la programación de todos los canales implicados, apoyar las transmisiones oficiales, enriquecer su programación y diversificar sus fuentes de ingreso, apoyar la promoción de todo tipo de espectáculos, incrementar los servicios profesionales y fomentar la exportación de la producción audiovisual⁶⁴.

⁶⁴ Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta © 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

A principios de siglo, los sectores tradicionales de la sociedad combatieron la educación laica y socialista que amenazaba con: 'Apoderarnos de la conciencia de la niñez' (Blancarte 1992: 32), Emilio (El Tigre) Azcárraga, quien hasta hace pocos años fuera el presidente del imponente monopolio televisivo en México: Televisa, volvía en febrero de 1993 a alarmar a estos sectores con sus declaraciones: '*México es un país con una clase modesta muy jodida, para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad.*'⁶⁵

Estas no fueron palabras que se quedaron en el olvido, palabras que resonaron en la memoria colectiva. Que como menciona René "revivían los históricos enfrentamientos entre padres de familia e instituciones seculares por la tutoría de la conciencia de los niños y la juventud, convirtiendo a la televisión en el mayor enemigo de los valores morales, católicos y nacionalistas. Uno de los principales malestares de este sector conservador fue la aparición de los Talk Shows, como fueron Cristina, Nino Canún y Queremos saber, donde se hablaba abiertamente de temas tabúes, como: la sexualidad, la homosexualidad, el aborto, el adulterio y el incesto"

Este contexto provocó la creación del movimiento llamado Alianza Fuerza Opinión Pública, donde convergían 13 organizaciones cívico católicas, que venían trabajando en la defensa de los valores tradicionales de la sociedad. Los líderes expresan que se unieron en un frente único pues percibían que la labor que cada agrupación realizaba se venía abajo por la influencia nociva de los medios de comunicación, a la que concibieron como 'el gran estorbo'. Para enfrentarlo se vincularon sectores conservadores y asociaciones de la derecha política, de la ultraderecha católica, sectores de la clase media, de empresarios y amas de casa⁶⁶.

Las protestas no se hicieron esperar y es ahí que surge la primera acción pública, en la ciudad de México se realizó en marzo de 1993, y se dio a

⁶⁵ René de la Torre, "Campañas para moralizar a los medios"

E:\religion_medios\campa_as_para_moralizar_a_los_medios_en_m_xico.html, Pág. Consultada 25/12/05

⁶⁶ Ob. Cit., René de la Torre

conocer mediante una marcha, conformada por un contingente de más de mil personas, en su mayoría amas de casa pertenecientes a los sectores de las clases medias altas, que salieron a la calle vestidas de blanco, para exigir dignificar y exigir contenidos morales en la televisión. La marcha partió del edificio de Televicentro (reproductora local de la empresa Televisa) a Palacio de Gobierno, y al llegar ahí se manifestó que se habían organizado para: 'Protestar públicamente en contra de la creciente transmitida por algunos medios de comunicación; así como ejercer acciones que impidan el deterioro de la moral pública, rescatando nuestros verdaderos valores que unen a la familia y a la patria.'⁶⁷

Durante años, la Iglesia católica en México se debatió entre el amor y el odio hacia los medios de comunicación, pero la realidad y su poder de penetración la ha obligado a acercarse y coquetear con ellos. Desde su discurso buscan el acceso y posesión de medios para cumplir su "misión evangelizadora", pero hay quienes aseguran, se ha visto obligada a incursionar ante el creciente avance de las confesiones evangélicas y de nuevos movimientos religiosos.

Aun después de estos roces entre religión y un medio tan importante como lo es la televisión, los miembros representantes de la religión católica, se han valido de los medios de comunicación, dejando atrás estas diferencias e integrándose a ellos para demostrar que "la religiosidad popular es el mejor vehículo de los dogmas". Así mismo "Cayendo de esta forma en una contradicción porque condena la religiosidad popular pero al mismo tiempo se hace uso de ella", esto es un claro ejemplo de se valen muy bien de la frase de Maquiavelo "El fin justifica los medios"⁶⁸ finaliza Duquesnay.

Al menos una docena de obispos y arzobispos católicos de todo el país, desde Tijuana hasta Mérida, tienen sus propios espacios en las emisoras locales, regularmente repetidoras de las dos grandes cadenas de tv. *La voz*

⁶⁷ Ob. Cit., René de la Torre

⁶⁸ Ob. Cit., Michael Duquesnay

del pastor; En familia, dialogando con el arzobispo; Las sandalias del pescador, y Buscando el bien, son sólo algunos de los nombres de estos programas –que al igual que los de radio, no tienen la supervisión del gobierno federal–, y que acceden a ellos por espacios cedidos gratuitamente por las repetidoras o inclusive mediante la compra del mismo por parte de la Iglesia católica a precios muy accesibles.

Atrás quedaron las actitudes “prudentes” tanto de obispos católicos como de líderes evangélicos, que luego de las reformas constitucionales en materia religiosa, decidieron no insistir en la posesión de los medios de comunicación electrónicos. Estos sectores temían los eventuales riesgos de enfrentamiento ante un “proselitismo agresivo”, como se había registrado en otros países latinoamericanos, cuyas legislaciones permitían a las iglesias el acceso y posesión de medios de comunicación.

Hace algún par de años cuando la religión llegó a la Televisión Mexicana y no fue precisamente a la empresa de mayor importancia “Televisa” sino a “un canal que transmite desde Toluca vía cable en el cual se entrevista a Sacerdotes” afirma Ángeles Vera. Este canal televisivo “Contaba con un sencillo equipo técnico de SONY un par de lámparas, dos cámaras de video y filmaciones que mandan desde el Vaticano”⁶⁹.

La transmisión de las visitas papales han venido a marcar una gran pauta para la Televisión en México, el Papa Peregrino visito por lo menos 5 veces nuestro país, visitas que fueron seguidas por la televisión mexicana y que dedicaban transmisiones completas a estas visitas, “1990 fue sin duda una parte aguas con la venida de Juan Pablo II para la Beatificación de Juan Diego y a los mártires de Tlaxcala, en el marco político del programa de Solidaridad y dentro del escenario “apantallante” y la pantalla grande de Televisa” como lo afirma Margarita Zires

De la misma forma asegura que “ se asistió a una nueva puesta en escena del mito Guadalupano, y una nueva puesta en escena de la

⁶⁹ Ob. Cit., Gerardo Ángeles Vera

interrelación de múltiples lógicas sociales y políticas, a saber: la pérdida de credibilidad de la Iglesia Católica y sus divisiones en América Latina; los desequilibrios en una nueva interrelación de las fuerzas políticas del estado Mexicano, contexto en el cual la separación tajante con la iglesia- entre otros- se pone en duda; las reglas de espectacularización en la producción de la noticia; y las lógicas de los diferentes tipos de creencias y cultos de distintos grupos sociales, entre otros factores”⁷⁰.

Por su parte Bernardo Barranco uno de los pioneros del programa de radio “**Religiones en el mundo**” y columnista de la Jornada menciona “Otro acontecimiento central fueron las exequias de Juan Pablo II y el conclave que elige al cardenal Ratzinger como nuevo pontífice. Recordamos a los más de 6 mil periodistas que se atrincheraron en Roma y las grandes cadenas internacionales de televisión por la política de puertas abiertas de Vaticano.

Las ceremonias del funeral pontifical atrajeron el glamour y el jet set se dio cita en Roma: 200 jefes de Estado, la realeza Europea y distinguidas personalidades del mundo fueron a rendir el último homenaje a Juan Pablo II. La fascinación de las formas predominó, acaparo sorprendentemente el interés y el embeleso de los presentes y de las grandes audiencias; los liturgistas, a través de los micrófonos explicaron sabiamente los protocolos, gestos, símbolos, rituales que se creían perdidos en la edad media y embalsamados en la cuna de occidente, pero ahora fueron rescatados por la iglesia.

Aquí pasado y presente se concilian; la tradición visual vincula legados evocados quizá por la pérdida de significados actuales. El *show* fue absolutamente eficiente y la iglesia se percibió poderosa y triunfalista, a pesar de los primeros pasos de Benedicto XVI sean tímidos, midiendo una inmensa realidad, cruda e incierta”⁷¹.

⁷⁰ Ob. Cit., Margarita Zires

⁷¹ Ob. Cit., Bernardo Barranco.

En los últimos años el Vaticano y la televisión están más cerca que nunca y esto es por que a los dos están interesados el uno por el otro pero de donde viene ese gran interés, “ese interés no es mas que ver a la religión como un producto que se puede vender, y a demás se hará muy bien” asegura Duquesnay, “ no creo que los dueños de esas cadenas televisivas que transmiten eventos y actos religiosos sean más católicos que otros, lo que pasa es que las retransmisiones de horas por horas sobre la agonía y después sobre la elección de un nuevo Papa es un buen negocio para las cadenas televisivas que no dejaron de transmitir los eventos”⁷².

Por su parte Ángeles Vera reafirma lo dicho Duquesnay, “los eventos religiosos son un negocio para los medios, declaraciones amarillistas, mercancía que se vende, un verdadero espectáculo muy bien pagado”⁷³

En América Latina la religión católica ha creado su propio espacio llamado “**Maria Visión**” el cual transmite las 24 hrs. del día a través de Cablevisión temas y cuestiones relacionadas con lo espiritual. No es raro sintonizar el canal y apreciar los rosarios incluso las misas que según declaraciones de los mismos sacerdotes, tienen validez para las personas que tienen problemas de salud.

Es importante mencionar que en la actualidad en la Televisión mexicana existen programas inclinados específicamente por cuestiones de la religión católica, en particular el caso de la serie “**La Rosa de Guadalupe**” producida por Miguel Ángel Herros, que se transmite por el canal de las estrellas de Televisa, de lunes a viernes con un horario de 5 a 6 de la tarde, en el cual dejan ver como algunos mexicanos tienen preferencias espirituales por la Virgen de Guadalupe, la cual en los diferentes capítulos de la comedia hace milagros.

⁷² Ob. Cit., Michael Duquesnay.

⁷³ Ob. Cit., Gerardo Ángeles vera

La competencia de las televisoras en México es tal, que incluso los programas religiosos, entran en esta gran batalla por el tan sonado “rating”, tal es el caso que se presenta con la serie “**Cada quien su Santo**” la cual se trasmite de lunes a viernes por Azteca 13, con un horario de 4:00 a 5:00 pm., y tuvo origen en el mes de enero de 2009, para ser la competencia de la también serie antes mencionada **La Rosa de Guadalupe**.

“La fe como motor de cambio es la premisa de **Cada quien su Santo**, un programa ligero, esperanzador, divertido y familiar en el cual se abordan historias con personajes que deciden encomendarse a su santo preferido en busca de ayuda”, asegura la sinopsis mostrada en el portal de TV AZTECA, en la cual también deja ver que este programa “viene bien en un momento en donde predomina la violencia y hace falta creer que las cosas pueden cambiar y que nosotros, motivados por la esperanza, somos capaces de transformar”.

Es importante mencionar que estos programas están ligados a la mexicanidad y a las raíces que a muchos vinculan y dan identidad a través de las creencias.

Por otra parte no se pueden dejar de mencionar las transmisiones que se hacen desde el día 11 de diciembre para celebrar las mañanitas de la Guadalupeana las cuales se realizan desde la basílica y son emitidas a los fieles católicos durante varias horas.

La participación de sacerdotes en diferentes programas de revista, emitiendo su opinión en diferentes temas no solo religiosos sino también temas de interés general, como adicciones, sexo y que tienen que ver con los jóvenes etc., o incluso en programas de debates a los que invitan a los representantes de la iglesia para dar su punto de vista con respecto al tema abordado como el caso del padre José de Jesús Aguilar Valdés, Subdirector de radio y televisión del Arzobispado en México en el programa de Lolita de

la Vega **“Frente a Frente”** que se transmite por azteca 13 los sábados a media noche .

Un ejemplo de estas intervenciones fue el programa transmitido el 17 de enero del 2009 en el cual se abordó el tema de **“El despertar del sexo y otros riesgos en Internet”** y en el que participó invitado el padre Jesús Aguilar.

No podemos dejar de mencionar el programa **“El Pulso de la Fe”**, antes llamado **“El Pulso del Papa”**, que se presenta todos los sábados a partir de la 14:00 horas a través de **Canal 40**, conducido por Roberto O’Farril, quien tiene una formación académica en las ciencias de la comunicación, pero que además cuenta con estudios sobre Teología por la Universidad Pontificia de México, quien de igual manera es Comendador de la Orden Pontificia de San Gregorio Magno y consejero de la Fundación León XIII, con esto se muestra que existen diversas organizaciones religiosas, cercanas a la fe católica, que se han interesado por mostrar, a través del medio con mayor audiencia, la televisión, la religión católica buscando la propagación y mantenimiento de esta.

Por otra parte es importante recordar, los mensajes que a través de noticieros nacionales o internacionales de diferentes televisoras, se dan a conocer por parte de los representantes de la Iglesia Católica y los cuales llegan a ser, por su importancia e impacto social los titulares de los mismos, como lo fue la noticia transmitida en el noticiario de López Doriga por Televisa, el día 14 de Enero 2009, acerca del **“VI encuentro mundial de las familias en México 2009”** organizado por miembros de la iglesia, con sede en la basílica y al cual asistieron sacerdotes, personas que pertenecen a la religión, un gran número de familias de diferentes partes del mundo así como el presidente de la República Mexicana Felipe Calderón con su esposa.

Como vemos en los párrafos anteriores los propios medios han propiciado que la religión católica se ayude de estos para difundir su fe en una especie de alianza implícita entre ambos, en donde los medios se ayudan de la religiosidad del pueblo mexicano para lucrar a través de la fe y la propia iglesia aprovecha los espacios ofrecidos para abarcar un mayor número de fieles o no fieles, que se pudieran integrar a grey católica.

EL CINE Y LA RELIGIÓN

El cine, es también uno de los medios tradicionales que ha tenido contacto con la religión a través de películas y muchas de ellas, sobretodo en los últimos años, han creado gran controversia, sobre todo con temas, como los tratados en la película **“El Crimen del Padre Amaro”** que ocasionó tremendo revuelo por parte de miembros de la religión católica, película mexicana producida por Alfredo Ripstein y Daniel Birman Ripstein y dirigida por Carlos Carrera , en la cual narra un pasaje de la vida en un pueblito mexicano, reflejando la curiosa dinámica entre los poderes que dominan a los humildes pobladores: el poder político, económico y religioso. A través de las actitudes y experiencias de tres sacerdotes vemos cómo la Iglesia trata de adaptarse a las circunstancias, según preferencias individuales y fortaleza de espíritu. El Padre Benito (Sancho Gracia) trata de beneficiar a la comunidad, siempre y cuando a él le toque un poco del beneficio; el Padre Amaro (Gael García Bernal) quiere quedar bien con sus superiores a pesar de lo que su conciencia le dicta, pero está más preocupado por los avances amorosos de Amelia (Ana Claudia Talancón); finalmente, el Padre Natalio (Damián Alcázar) tiene que elegir entre la iglesia y las armas para ayudar a sus feligreses. Debido a la temática manejada la película recibió grandes críticas por parte de la Iglesia Católica, antes del estreno en Agosto del 2002 de la película en nuestro país, arremetieron contra la película pidiendo que “esta fuera censura”, "La película constituye una ofensa a las creencias religiosas de los católicos y hace mofa de los símbolos religiosos más sagrados", dijo un comunicado de la Conferencia del Episcopado mexicano⁷⁴.

Varios arzobispos, obispos y sacerdotes de todo el país aprovecharon sus homilias para pedir a los fieles que boicotearan la exhibición del filme.

⁷⁴ http://www.blog.com.mx/archives/peliculas_y_cine/el_crimen_del_padre_amaro.php, archivo del 14 de Agosto del 2002 consultado 12/02/06.

Por otra parte, el grupo Pro Vida anunció que demandaría al secretario de gobernación, de ese entonces, Santiago Creel, por no censurar la cinta y a la titular de Cultura, Sari Bermúdez, por autorizar su financiación.

Pero esta no fue la única película que causo estragos dentro de la región Católica "**La Pasión de Cristo**" fue una película que también causo controversia dentro de este grupo religioso mexicano por las sangrientas escenas que se muestran, ahora este film a cargo de Mel Gibson, ¿y ahora cual seria el problema para la Iglesia católica en esta película? Si Mel Gibson más que su vocación de cineasta, es su inquebrantable fe católica el aspecto más desconocido de su vida, por lo menos hasta hoy.

Mel Gibson es un católico ortodoxo, quien mandó construir una iglesia donde se celebran misas en latín y en más de una ocasión declaró que en su juventud pensó en ejercer el sacerdocio. Por si fuese poco alentó a una de sus hijas a tomar los hábitos religiosos. Así que cuando comenzó con los preparativos para filmar **La Pasión de Cristo**, realmente no había por que extrañarse⁷⁵.

"La verdad es que los representantes de la religión católica no tenían por que censurarla, más bien pienso que crear polémica es una buena forma de darle promoción a algo que le interesa que se publique y eso fue lo que paso con las reacciones que en un principio se dieron en torno a la película" menciona el comunicólogo Mario Viorney⁷⁶.

Por su parte lo contrario a lo que paso en México, después de las fuertes declaraciones de Norberto Rivera sobre el film, pronto los altos comisionados del Vaticano alabaron el punto de vista del director sobre el Mártir del Gólgota, pasando por alto la violencia que en ella se plasma, aduciendo que esa era, en realidad, la versión más cercana a su calvario. Vamos, que hasta en México Serrano Limón se encargó de recomendarla ampliamente.

⁷⁵ José Luís Ortega Torres, <http://www.revistacinefagia.com/estreno041.htm>

⁷⁶ Ob. Cit., Mario A. Viorney

La razón es simple; Gibson, de manera consciente o no, ha revalidado y legitimado de forma más que efectiva en tan sólo dos horas de película, el discurso que el clero en poco más de dos mil años ha predicado: sufrimiento y sacrificio personal como vía de dignificación del ser humano. El martirologio como piedra angular sobre la cual está edificada la cosmogonía del mundo occidental y, que paulatinamente, ha perdido fuerza con el paso de los siglos y el desarrollo del positivismo tecno-científico⁷⁷.

Al pasar del tiempo la religión católica se ha encargado de difundir a través del cine también pasajes bíblicos y es por eso que **la Pasión de Cristo** no es nueva en este ámbito, ya que incluso este mismo pasaje bíblico ha estado representado en diversas películas a lo largo de los años, la Pasión de Cristo ha sido introducida al séptimo arte en gran cantidad de filmes elaborados por lo general en países con un arraigo muy fuerte del catolicismo.

La mayoría de estas producciones se concentra en acentuar la imagen divina de Jesucristo como un ser omnipotente, dichoso por redimir a la humanidad pecadora y convertirlo en figura mítica intachable. Se han creado grandes despliegues en la industria del cine como **Rey de Reyes** (EUA, 1961, Nicholas Ray), **La Historia Más Grande Jamás Contada** (EUA, 1965, George Stevens), aterrizando en obras bien logradas y más realistas **El Evangelio Según San Mateo** (Italia, 1964, Pier Paolo Pasolini), **El Mesías** (Italia, 1967, Roberto Rossellini), hasta convencionalismos abominables como **Jesucristo Súper Estrella** (USA, 1974, Norman Jewison), o adaptaciones televisivas al estilo **Jesús de Nazaret** (Italia-Gran Bretaña, 1977, Franco Zeffirelli)⁷⁸.

A pesar de que existen directores que han buscado a través de sus producciones mostrar el lado oscuro de la religión católica, otros tantos como se muestra párrafos arriba, ayudan de manera involuntaria a reforzar la fe católica, ya que, en repetidas ocasiones estos filmes son usados en eventos religiosos como son pascuas juveniles, retiros espirituales e incluso dentro de los planes de estudio de las escuelas con tendencias católicas, dejándonos ver que no

⁷⁷ Ob. Cit., José Luís Ortega

⁷⁸ Eduardo Sánchez Villagran Pág., consultada el 18/02/06
<http://www.revistacinefagia.com/estreno040.htm>

solo los medios utilizan a la religión como una forma de llevar gente a las salas, sino que la propia religión se ve beneficiada por esto, y esta lo aprovecha para acrecentar sus adeptos.

CAPÍTULO III. EL INTERNET EN LA RELIGIÓN CATÓLICA

APARICIÓN DEL INTERNET Y SU RELACIÓN CON EL CATOLICISMO.

Actualmente los medios de comunicación son el parte aguas para que las personas se mantengan informadas no importando la distancia, así mismo estos han ido evolucionando con el paso de los años, de la misma forma que han ido apareciendo nuevos medios los cuales han llegado a ser la parte principal de la comunicación entre seres humanos, traspasando fronteras como el Internet, y reforzando a los medios de comunicación tradicionales como lo son: la prensa, la Radio, el Cine y la televisión.

Hoy por hoy el Internet es una vía de comunicación muy importante y por medio de la cual millones de personas están comunicadas en diferentes puntos del mundo con el simple hecho de tener acceso a una computadora y una línea telefónica, la cual es el servicio de Internet.

El Internet aparece a finales de la década de los 60, debido a la necesidad del Ministerio de Defensa de los Estados Unidos de desarrollar una red experimental de computadores para aplicaciones e investigaciones de tipo militar, a la que se denominó ARPANET. Las principales aplicaciones de la red ARPA permitieron compartir recursos a lo largo de todo el país y desde sus comienzos los usuarios le dieron aplicaciones de intercambio de información⁷⁹.

Por su parte Robert Taylor, nombrado director de la IPTO en 1996 desmiente acerca de la idea que se tiene de la creación del Internet, y dice "Internet surgió de la necesidad cada vez más acuciante de poner a disposición de los contratistas de la Oficina para las Tecnologías de Procesado de la Información (IPTO) más y más recursos informáticos.

⁷⁹ Dirección de Tecnología Educativa y Diseño Comunicacional - DITEC - Actualizado, Julio 2001

El objetivo de la IPTO era buscar mejores maneras de usar los ordenadores, yendo más allá de su uso inicial como grandes máquinas calculadoras, pero se enfrentaba al serio problema de que cada uno de los principales investigadores y laboratorios que trabajaban para ella parecían querer tener su propio ordenador, lo que no sólo provocaba una duplicación de esfuerzos dentro de la comunidad de investigadores, sino que además era muy caro; los ordenadores en aquella época eran cualquier cosa menos pequeños y baratos.

Hoy en día el Internet es una herramienta que muchas Instituciones han utilizado para, proporcionar información a cerca de su empresa, escuela, establecimiento o todo aquello que necesite de publicidad por lo cual las instituciones religiosas no se han quedado atrás en cuanto al uso de esta nueva tecnología.

Actualmente la iglesia católica cuenta con paginas de Internet en la cual se proporciona información acerca de los servicios que la iglesia brinda, de la misma forma de algunas leyes de la iglesia, de cómo comportarse ante los mismos medios de comunicación y del porque del uso de ellos, un ejemplo es la página que se publico por parte del Vaticano, Roma, en la sede de la Congregación para la Doctrina de la Fe, el 30 de marzo de 1992 en la que Ratzinger publica sus mandatos ante medios, en la que parece una instrucción sobre algunos aspectos relativos al uso de los instrumentos de comunicación social en la promoción de la doctrina de la fe y la cual empieza así:

“INTRODUCCION

El Concilio Vaticano II recuerda que entre las tareas principales de los Obispos «sobresale la predicación del Evangelio» (Lumen gentium, n. 25), siguiendo así el mandato del Señor de enseñar a todas las gentes y predicar el Evangelio a toda criatura (cf. Mt 28,19).

Entre los instrumentos más eficaces de que hoy se dispone para la difusión del mensaje evangélico se encuentran ciertamente los medios de comunicación social. La Iglesia no solamente afirma su derecho a utilizarlos (cf. c. 747), sino que exhorta a los Pastores a servirse de ellos en el cumplimiento de su misión (cf. c. 822 § 1)”.

Una vez más y con estos mensajes la Iglesia a través del decreto del Concilio Vaticano II, autoriza de forma abierta a utilizar; como se mencionaba con anterioridad, a los medios de comunicación recalando la importancia de los mismos en la llamada *“misión de evangelizar”*, así mismo gira instrucciones pastorales encaminadas a la *“evangelización”*, del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales *Communio et Progressio* y *Aetatis novae*.

Es importante mencionar que existe el documento *Orientaciones sobre la formación de los futuros sacerdotes*, en el cual se hace hincapié sobre el uso de los instrumentos de la comunicación social, publicado por la Congregación para la Educación Católica.

Por su parte el nuevo Código de Derecho Canónico (cf. cc. 822-832), no fue la excepción en cuanto a las recomendaciones con respecto a los medios ya que *“se encomienda a los Pastores una especial atención y vigilancia. Los Superiores religiosos, especialmente los Mayores, en virtud de su competencia disciplinar, tienen también determinadas responsabilidades al respecto”*.

En este mismo código, las normas canónicas constituyen una garantía para la libertad de todos, tanto de los fieles en particular –los cuales tienen derecho a recibir el mensaje del Evangelio en su pureza e integridad– como de los agentes de pastoral, los teólogos y todos los periodistas católicos, quienes según este escrito *“tienen derecho a exponer su opinión, salvando siempre la integridad de la fe y de las costumbres y el respeto debido a los Pastores”*. Por otra parte, las leyes reguladoras de la información *“deben garantizar y promueven el derecho de todos los usuarios de los medios de comunicación social a la información veraz, y de los periodistas en general a la comunicación*

de su pensamiento dentro de los límites de la deontología profesional, también en lo que se refiere al modo de tratar los temas religiosos”.

El hecho de que exista en Internet una página en la cual se publique cual es la postura de la iglesia católica ante los medios, es un claro ejemplo de que la iglesia católica ha pensado en evolucionar y adquirir nuevas formas de profesar su fé, y así mismo utilizar a los medios de electrónicos para ello. Sin dejar a lado lo establecido en un código pensado sin duda en la postura que debe de tener la religión ante los medios de comunicación y la utilidad que se le debe dar a estos para su beneficio.

“Es en el pontificado de Juan Pablo II cuando se hace aun más importante esa apertura ante los medios, por ese afán de un papa Peregrino por llevar la religión más allá de los templos ceremoniales” afirma Duquesnay.

Así mismo asegura que “fue un papa muy inteligente, un papa que entendió que estábamos viviendo una época única en la historia, Globalización en todos los aspectos, y una Globalización en los fenómenos religiosos y el sintió que tenia que salir del vaticano para enseñarle a la gente como se dice la palabra de Dios, fue un papa peregrino que se dedico a visitar a viajar difundiendo así su mensaje, así también su palabra a través de los medios”.

Por otra parte los Obispos de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, publican un mensaje el 30 de Abril de 2000 en la página en Internet del vaticano en la cual mencionan:

*“Para seguir llevando a cabo esta misión nuestra Iglesia cuenta ya con importantes realidades comunicativas en las que apoyarse, tanto en los medios escritos como audiovisuales, sin olvidarnos de las cada vez más operativas delegaciones de medios de comunicación de las diócesis y de las nuevas experiencias que en el campo de la televisión y de **Internet** están en marcha en algunas de ellas. Nos queda, sin embargo, todavía un largo*

camino por recorrer, si queremos estar a la altura del momento y no perder el tren de la historia.

Es necesario invertir más recursos humanos y económicos en la pastoral de las comunicaciones. Urge una mejor formación de los profesionales y de los usuarios de los medios. Faltan testigos cristianos en los medios ajenos a la Iglesia. Es necesaria una mayor colaboración y coordinación entre los medios de la Iglesia ya existentes y abrirse camino entre los nuevos medios.

Para terminar, hacemos nuestro el deseo expresado por el Papa Juan Pablo II de que el Gran Jubileo "debe ser una oportunidad y un desafío para que los discípulos del Señor demos testimonio en y a través de los medios, de la extraordinaria y consoladora Buena Noticia de nuestra salvación."⁸⁰ El cual esta firmado de esta forma por:

+ José Sánchez, *Obispo de Sigüenza-Guadalajara y Presidente*
+ Antonio Montero, *Arzobispo de Mérida-Badajoz*
+ Teodoro Úbeda, *Obispo de Mallorca*
+ José Gómez, *Obispo de Lugo*
+ Joan Carrera, *Obispo Auxiliar de Barcelona*
+ Eugenio Romero, *Obispo Auxiliar de Madrid*

Es evidente y más que claro que existe una gran desesperación por no perder fieles y es así como a través de este desplegado se autoriza e incluso pide a los obispos utilizar a las nuevas tecnologías por desconocidas que llegasen a ser para alguno de ellos.

El argumentar que es necesario invertir en recursos humanos y económicos en una "pastoral de comunicaciones" nos permite apreciar que en general los miembros de la religión católica estuvieron y están preocupados por educar y crear comunicólogos con preferencias religiosas muy marcadas dejando de lado la objetividad y veracidad con la que sin duda deberían regirse.

⁸⁰ <http://www.vatican.com>

CONFESIONES POR INTERNET

En Internet no solo se encuentran publicaciones de este tipo, sino que ahora se puede confesar los pecados a través de una computadora, con la cual se tiene contacto con Sacerdotes los cuales, leerán los escritos y así mismo responderán a los fieles, sin embargo, declaraciones del presbítero Jesús Salomón Mejía Pérez rector del Santuario San Judas Tadeo, afirman “que no es valida la confesión vía Internet, ya que ante este sacramento no se podría guardar el sigilo, que es primordial para que exista una verdadera confesión, no obstante, el Internet es un medio electrónico el cual puede ser una herramienta utilizada para la falsificación de identidad, por lo cual es probable que usuarios de este servicio puedan hacerse pasar por Sacerdotes y engañar al usuario para que esté confiese sus errores”.

Además “este también puede ser un medio peligroso para aquellos que confiesen delitos graves, ya que la información que se maneja por Internet no es totalmente confidencial sino todo lo contrario puede ser inclusive de dominio publico”.

En la contraparte algunos usuarios están a favor de los servicios que ya se brindan por Internet; como lo son las confesiones a pesar de que la iglesia este en contra de esta práctica, Michael uno de los usuarios comenta “Que manera más novedosa de establecer "conexión" con el de arriba”, por su parte Daniel Sepúlveda dice “Que novedoso, chatear ahora con el de arriba es tan fácil como sacar tu notebook y meterte a un salón de Chat y Jesús estará ahí, platicando contigo a través del discípulo”, concluyo diciendo “*alabado sea la Wi-Fi*” (sala en la cual los fieles pueden confesar sus errores o faltas).

Así mismo, lo que si esta permitido por la iglesia católica son las llamadas consejerías que son, tipo foro en el cual Sacerdotes, seminaristas, ministros, consejeros, monjas y personas preparadas para dar platicas y recomendaciones, tienen contacto con los usuarios con los cuales pueden mantener una platica en la cual se le proporcionen accesorias de acuerdo a

las necesidades es cada uno de los interesados. Así lo afirmo el presbítero Jesús Mejía.

“En estas salas de ayuda a los fieles se les guía para poder enfrentar sus problemas, ya que aquellos que utilizan estos salones, son personas que necesitan ayuda de inmediato y no tienen la posibilidad de asistir a una iglesia para mantener una platica con un sacerdote o simplemente le temen a la figura de autoridad que representa el clérigo”⁸¹.

Al momento de visitar estas paginas se puede encontrar con una variedad de servicios los cuales proporcionan ayuda espiritual, incluso existen consejerías en las cuales los mismos miembros de la iglesia tienen la oportunidad de consultar estas paginas para resolver sus dudas acerca de la religión o problemas que se presenten en cuestiones religiosas y hasta personales.

Catholic.net es una página que ofrece este tipo de servios los cuales se presentan de tal forma que es de fácil acceso para los navegadores del Internet.

Sin embargo para los mismos usuarios es mucho más fácil recibir los servicios de la iglesia vía Internet, que tener que asistir al templo para cumplir con los mandatos de su religión, “que buena onda que la iglesia se preocupe por llevar a Dios más allá de las iglesias, eso nos permite tener un acercamiento a lo religiosos sin tener que estar todo el tiempo en la iglesia y sobre todo que puedas platicar con personas involucradas en esto de la religión, como si estuvieras platicando con tus cuates por el Chat”, comentaba una Susana Rodríguez, usuario de esta pagina.

Pero no todo lo publicado en los medios de comunicación ha sido bueno para la iglesia, por el mismo motivo la iglesia se ha encargado de publicar artículos en los cuales aconseja, cómo defenderse de los ataques a la

⁸¹ Presbítero Jesús Salomón Mejía Pérez, rector del Santuario San Judas Tadeo, en la col. Carboneras de Pachuca Hgo.

religión e Institución en general, estos artículos publicados en la página <http://www.churchforum.org> en los que se asegura:

“Ante una realidad que nadie discute de agresiones permanentes a la Iglesia, a sus dogmas, a sus instituciones, a sus ministros y a su estética, los católicos no podemos ni debemos permanecer insensibles o pasivos. Debemos reaccionar buscando los canales adecuados para hacer escuchar, defendiéndonos de estos ataques y difundiendo los valores del Evangelio en todos los ámbitos donde transcurre la vida del hombre.

Actualmente se da una proliferación de enorme variedad y posibilidades de medios de comunicación, cine, vídeo, teatro..etc. de los que la Iglesia, que somos todos, siguiendo su tradición histórica, debe servirse cada vez más para cumplir su misión pastoral.

Ahora bien, si es verdad que los medios de comunicación pueden ser para la Iglesia grandes aliados en su misión evangelizadora, también lo es, como hemos dicho al comienzo, que se pueden convertir en grandes adversarios cuando son utilizados como arma contra ella, como desgraciadamente está ocurriendo con demasiada frecuencia”.

Lo que es posible observar en éste texto es que la Iglesia Católica de la misma forma que es apoyada de los medios de comunicación es atacada, y así mismo se defiende de los ataques que ella misma cree que no solo vienen de instituciones exteriores sino de miembros de la misma iglesia, por lo cual la iglesia misma hace una propuesta para detener esos ataques y la cual menciona en la página de tal forma:

Como postura previa habría que abandonar una permanente actitud defensiva que lleva aparejada siempre una cierta debilidad de la Iglesia y la pérdida de la iniciativa a la hora de hacer llegar sus propuestas, explicar sus posturas y propiciar un diálogo que lleve a un mayor y mejor entendimiento entre las distintas partes.

En una constante lucha por estar vigentes en las problemáticas sociales, la iglesia también asegura:

“La iglesia no puede ir siempre por detrás de las cuestiones que salen a debate público y que la atañen directa o indirectamente, ni esperar a que se hayan vertido contra ella o contra sus actuaciones todo tipo de juicios y opiniones muchas veces faltas de rigor y veracidad. Debe por el contrario ir por delante, prever lo que va a saltar a la actualidad, tener a punto sus comunicados para responder de forma inmediata en todos los medios posibles, en un plano de igualdad con los que no piensan como ella o la critican”.

De igual forma ésta pretende estar prevenida contra los ataques que resulten en cuanto a lo expresado o realizado por la misma, es evidente que los medios de comunicación servirían también para limpiar la mala imagen de la que se ha hecho acreedora esta institución.

Otra cuestión muy importante es la del lenguaje o la forma de expresar su pensamiento en los medios.

“Las respuestas tendrán que ser ágiles, claras, directas, concisas y oportunas, evitando que sus comunicados puedan parecer catequesis. Ante una cuestión polémica no es necesario esperar a tener elaborado un complejo documento con toda suerte de matizaciones. El tiempo que se necesita para ello es perder el factor oportunidad en la respuesta”.

Sin duda ellos tienen la seguridad de que *“sería necesario crear o reforzar si ya existe un equipo de comunicadores profesionales, capaces de pulsar continuamente la opinión pública, y lo que se dice o va a decir en los medios para poder tener a punto los comunicados propios. Este equipo tendría que ser algo así como un puente entre los obispos y la gente de la calle, siendo capaces de traducir al lenguaje corriente y de sintetizar el pensamiento de la iglesia en un momento dado”.*

De ahí que se pensara en los comunicólogos expertos en los medios, así como en los mensajes que se pueden transmitir a través de ellos, en los cuales se tendría que analizar el ¿Qué enviar en el mensaje?, ¿Como enviar el mensaje?, ¿Cuándo enviarlo?, y ¿Por qué medio hacerlo?, sin duda la tarea del comunicólogo.

Así pues hacen un llamado a los periodistas y a las Facultades de Ciencias de la Comunicación *“para que al igual que en los planes de estudio se contempla la formación en temas económicos, políticos e históricos, se incluya también la formación en cuestiones religiosas independientemente del credo de cada uno”*. Y aseguran *“estar convencidos, como dijo recientemente Monseñor Foley en Madrid que «un periodista no puede ser un buen profesional sin apreciar la importancia de la religión en la vida humana»*.

Ello sin duda asegura la iglesia *“que facilitará la comprensión de fenómenos como los que estamos viviendo a propósito de los fundamentalismos, así como de comprender mejor y en todo su alcance las declaraciones de la Iglesia, en vistas a una mejor información. Se evitaría de este modo el tener que recurrir a tantos tópicos, y argumentos que han quedado completamente obsoletos y que cualquier historiador con un mínimo de rigor y honradez profesional podría desmontar con toda facilidad”*.

Siguiendo con las propuestas, aseguran que *“es necesario reforzar e incrementar la presencia de los católicos en los medios de comunicación, tanto de forma permanente como esporádica a través de los canales habilitados para ello (cartas al director, colaboraciones, entrevistas... etc.) La Creación y financiación de periódicos, revistas, canales de televisión, y emisoras de radio que sean propiedad de la Iglesia y de asociaciones católicas, en las que la Iglesia pueda expresar de forma continuada su opinión sobre cualquier tema. En el caso de las publicaciones escritas, buscar el que sean asequibles económicamente para todos y la forma de*

darles una amplia difusión. Pedimos medios de comunicación católicos y medios de comunicación respetuosos con lo católico.”

Así tendrían control de gran parte de lo publicado y de las declaraciones que hacen de la misma, un claro ejemplo de que la iglesia no deja de luchar por tener el control como en la antigüedad de la opinión pública.

De acuerdo a lo escrito en éste texto, esta es una prueba más de la participación que quiere tener la iglesia en los medios de comunicación y en la cual pretende no sólo evangelizar aquellos quienes los utilizan si no aquellos que trabajan en los medios para hacer mas afectiva su evangelización y así apoderarse de lo que ahora es llamado el cuarto poder.

SALAS DE CONSULTA RELIGIOSA

El servicio de consulta de Church Forum, es un lugar en donde podrás encontrar ayuda personal para orientarte y solucionar problemas o dudas, un lugar para pedir consejo, según mencionan en la misma pagina. El servicio cuenta con varios consultorios. En cada uno de los consultorios encontrarás una lista de especialistas. En el cual se puede seleccionar un consultorio y aparecerá un formulario para exponer tu consulta. Para obtener el servicio se llena y envía el formulario con tus datos y tu consulta será contestada a vuelta de e-mail.

Aunado a este servicio aparece una leyenda en la cual se advierte **TODAS LAS CONSULTAS SON TRATADAS DE MANERA CONFIDENCIAL**, mismo en el que se menciona, “Nos permitimos recordarte que este servicio **NO SUSTITUYE** de ninguna manera al Sacramento de la Confesión”.

Los tipos de consultorios que existen son:

Consulta espiritual: Aquí puedes consultar, cualquier duda acerca del desarrollo espiritual y apostólico en tu vida.

Consultorio juvenil: en este consultorio se ofrecen consejos y asesoría espiritual, psicológica y médica especializada para jóvenes. Dudas de cuestiones sexuales y adicciones

Consultorio familiar: Consejos y asesoría en tus dudas, problemas y dificultades matrimoniales y familiares en general. Especialistas en el área familiar, educativa, legal y médica.

Consultorio vocacional: Consejo y asesoría espiritual, dudas vocacionales y apostólicas.

C. Para religiosas: Consejo y asesoría espiritual, dudas vocacionales y apostólicas.

C. Para sacerdotes: Dudas y cuestiones acerca del uso y aplicación del Derecho canónico, así como de la manera de manejar exitosamente la vida de una parroquia. Preguntas acerca de la liturgia y las ceremonias⁸².

Por su parte Catholic.net, ofrece también el servicio de consultas llamado Consultorio Ecumenismo en el cual menciona textualmente “Este es un espacio para dialogar con nuestros hermanos de las iglesias cristianas, descubriendo los tesoros que tenemos en común, para crecer juntos en el conocimiento y la alabanza de Nuestro Señor Jesucristo, único Nombre dado a los hombres para nuestra salvación”.

En este consultorio se pueden consultar a especialistas los cuales presentan su currículo para el usuario pueda elegir de una mejor forma a su asesor en la consulta, existen 288 consultores en 20 consultorios disponibles de: consulta espiritual y moral, familiar, juvenil, vocacional, educadores católicos, sacerdotes, catequistas, psicólogos, empresarios, abogado, problemas mentales entre otros. Y en especial uno para los comunicadores católicos en el cual se pueden consultar dudas, consejos y asesorías sobre el uso ético de los medios de comunicación a la luz de la doctrina de la Iglesia y su aprovechamiento para el progreso de la sociedad en el cual se encuentran especialistas de diferentes temas ejemplo:

José Carrillo Toral E.C.

Especialidad: Periodismo católico quien es egresado de la Escuela Superior de Periodismo Carlos Septién, publico en varios diarios y revistas de México artículos sobre temas culturales y religiosos. También he publicado cuentos y ensayos sobre temas diversos. Es rescatista voluntario. Miembro fundador de la Congregación Escuderos de Cristo, magistro (encargado de postulantes, Cadetes y Coraceros) y misionero fundador de comunidades en el interior del país. Actualmente, misionero fundador de la comunidad de Las trojes, Estado de México. Director del Servicio Colegiado de Información de los Escuderos de Cristo de 1998 a 2001.

⁸² <http://www.church.com>

Perla Buendía

Especialidad: Evangelización a través de la Televisión, el Cine y la Música. Mexicana. Lic. Ciencias de la Comunicación por la Universidad Anahuac • Especialidad en Medios y Publicidad • Certificado de Locutor emitido por la S.E.P • Conductora y directora de "Principios", programa de televisión en María+Visión, canal católico. Programa estelar de emisión semanal de 2 horas en vivo, con invitados y llamadas al aire en transmisión a Continente Americano, España e Italia por Sky canal 236.

María del Carmen González Boschetti

Especialidad: Ética en los medios de Comunicación, Mexicana, 34 años, casada, comunicóloga titulada con Mención Honorífica por la Universidad Anáhuac. Diplomado en Mercadotecnia por la Universidad Iberoamericana. Diplomado en Bioética y Familia por la Universidad Virtual Anáhuac y cursando la licenciatura en Ciencias Religiosas en el Pontificio Instituto Catequético de Querétaro, en coordinación con el Ateneo Pontificio Regina Apostolorum en Roma. Participación en el V Congreso Nacional de Tanatología y Suicidio, 2004, con el tema: La Tanatología, la depresión y sus consecuencias. Curso sobre Mariología en el Pontificio Instituto Catequético de Querétaro. Curso sobre liderazgo, supervisión y servicio al cliente en el ITAM, México. Actualmente ejerce su profesión en VALORA QUERETARO, A.C. como Coordinadora de Medios de Comunicación Social. Colabora en medios Impresos, realizando la Página de Familia y valores "PROYECTO DE VIDA: FAMILIA QUERETANA", los domingos, en el periódico A.M de Querétaro. Coordinadora y responsable de publicaciones de editoriales independientes de fin de semana, periódico A.M. Conductora del programa de Radio "Por la Familia" 6.70 del A.M. Lunes a Viernes de 8:00 a 8:30 p.m. Cursando Maestría en Bioética por la Universidad Virtual Anáhuac. Diplomado sobre Mujer, Cefim, Querétaro. Directora de Comunicación del centro de Formación Integral para la Mujer, Cefim en Querétaro⁸³.

⁸³ <http://catholic.net>

Por otra parte es notable que en esta página la mayoría de los consultores en esta sala de comunicadores sean egresados de la Universidad Anáhuac, una universidad fundada en 1964, como una pieza fundamental dentro del proyecto educativo de los Legionarios de Cristo y del fundador de la congregación, el Padre Marcial Maciel L.C. es importante mencionar que como ya lo había dicho el Maestro Mario T. Padilla, los medios dentro de la iglesia pertenecen aquellos quienes tienen mayor apoyo económico como lo son los Legionarios de Cristo y quienes se han preocupado por hacer de los medios de comunicación un instrumento indispensable para difundir su fe.

Los legionarios de cristo no son la excepción en cuanto a la creación de su página en Internet, ellos cuentan con una página llamada LOS LEGIONARIOS DE CRISTO, en la cual se ofrece servicios como Conferencias, Foto-galerías, música, Noticias entre otros. Así como también brindan información a cerca de vocaciones, apostolados y en la cual también cuenta con una oficina de prensa, en la cual se publican noticias acerca del vaticano y su relación con los Estados.

En esta página también existen contactos o vínculos con los cuales puedes acceder a otras páginas en Internet de religión como, <http://www.demisiones.com>, en la que encontraras, foto-galerías, videos testimonios, audio-conferencias etc.

CONCLUSIONES

La religión católica sigue siendo mayoría en México, aún, pero su proporción de adeptos ha caído en los últimos años de un 91% a un 85%, tan solo el 2 de marzo del 2009 se publicó una nota en el Sol de Hidalgo en la cual asegura que *“por primera vez disminuye el número de fieles en América Latina”* por tal razón ha tenido que ingresar a la globalización tecnológica, lo cual ha hecho que el Catolicismo tome a los medios y las nuevas tecnologías como salvavidas de la fe católica.

En dicha nota asevera en la página 6A de dicho diario, que “el catolicismo está en crisis en América Latina y que la confirmación ha llegado con el anuncio de que, por primera vez, disminuye el número de bautizados en Latinoamérica, que de esta manera ha dejado de ser *el continente de la esperanza* para la Iglesia Católica.

Es por ello que en este reportaje, por medio de las entrevistas y de una investigación en revistas y libros, pude comprobar que la religión ve en los medios una buena herramienta para hacer llegar a las personas su ideología y así mismo su fe.

De la misma forma me pude dar cuenta que la religión no es nueva en cuanto al uso de los medios de comunicación, ya que estos han sido una herramienta utilizada años atrás, para dar a conocer de manera masiva a la religión y sus prácticas.

Es claro que miembros de la iglesia católica se han preocupado por tener un espacio en la televisión, la prensa, la radio, el cine, la telefonía celular y el internet, esto a consecuencia de una globalización que se ha venido dando no solo en lo tecnológico sino en lo ideológico y como lo mencionaba Duquesnay, en esta nueva etapa del Vaticano se ha hecho conciencia de la importancia que tienen los medios de comunicación en la vida diaria de las personas, lo cual queda demostrado desde el pontificado de Juan Pablo II, en donde la iglesia católica se acercó más a ellos.

Periodistas aseguran que la apertura que dio el papa Juan Pablo II, fue un importante paso en la historia de los medios y así mismo de la religión, el papa “Peregrino” como se le conoció, estuvo preocupado siempre en la labor de estos por informar y más que verlos como su oposición, pudo percibir que al utilizándolos llegaría a más personas y así cumplir su cometido de llevar la palabra de “Dios” a un mayor auditorio y lograr así un gran impacto.

Por otra parte los dueños de los medios de comunicación han visto en la religión más que la idea de difundir creencias, un gran producto que se vende, y del cual se puede hacer buenos negocios debido a la demanda, a pesar de la actual crisis de valores que se vive en la sociedad, sigue aumentando día con día, y no solo en el ámbito de los medios y su difusión, sino también en el ámbito mercantil, en donde la religión se vende de tal manera que en ocasiones ha llegado a imponer moda.

El celular es un medio por el cual mucha gente se mantiene comunicada y es por ello que también es utilizado por la religión, que paradójicamente, al igual que otro tipo de instituciones, mandan información diversa, en estos momentos la religión esta totalmente abierta a la novedad; prueba de ello es que si existen empresas telefónicas que ofrecen servicios poco dignos y hay público que los consume, por qué no la iglesia hace uso de esta herramienta para vender su fe y hacerla llegar a diferentes lugares del mundo a través de un simple teléfono.

La religión ha traspasado fronteras, y para ello se ha valido de herramientas de las cuales normalmente se valen grandes empresas para dar a conocer un producto, mi pregunta seria ¿la religión se ve a ella misma como un producto? Podría suponer que sí, pero a lo largo de la investigación que se realizó, pude dejar de lado la suposición para aseverar que así es, y que los grandes líderes de la Iglesia Católica han puesto gran interés en hacer de esta un gran producto que les dejará ganancias.

Muestra de ello es ver en las chicas pulseras con imágenes religiosas, o collares, llaveros, blusas, aretes, encendedores y diferentes accesorios que hacen notar sus preferencias religiosas.

Es importante mencionar que la religión en nuestro país está muy ligada a las tradiciones, a pesar de que el ex presidente Benito Juárez con las Leyes de Reforma separaba al clero de las cuestiones políticas, educativas y del estado.

Sin embargo, acontecimientos como la Primera visita del Papa Juan Pablo II en 1979 a tierras mexicanas, cambiaron el rumbo de esta relación, la cual no volvió a ser la misma, en los años siguientes, en la sociedad mexicana se observaron escritos, nombres, declaraciones y posturas de distintos obispos a lo largo de todo el país sobre los temas más diversos. Ningún tema escapó a la opinión de los jerarcas eclesiásticos. Ex presidentes como Carlos Salinas de Gortari, permitieron la intervención de la iglesia en cuestiones del Estado, quien durante su campaña política, se reunió en privado con los obispos católicos.

Desde el inicio de su gobierno, Salinas abrió el debate en torno a las reformas constitucionales en materia religiosa. Además rompió el tabú e invitó a seis de los principales jerarcas eclesiásticos a su toma de posesión, al mismo recinto de San Lázaro. De principio a fin, la Iglesia católica estuvo presente en el gobierno salinista.

Durante este sexenio se hizo la segunda visita papal a tierras mexicanas, 11 años después de que visitara por primera vez nuestro país, en esta ocasión, de manera más planificada, con estancia de una semana completa y un lenguaje y un mensaje *ex profeso* para la Iglesia mexicana, la cual vivía la realidad de una negación jurídica, que no le impedía realizar su trabajo pastoral.

En el transcurso de los ocho días de estancia, que lo llevó a visitar varios estados, del 6 al 13 de mayo de 1990, en el ambiente siempre estuvo presente la necesidad de "adecuar" el marco legal y constitucional que normara la situación real de la Iglesia y dejar a un lado la "simulación" que había privado durante varias décadas. Ya desde diciembre de 1988 había comenzado el debate, y el presidente Salinas y el PRI cabildeaban las

futuras reformas a los artículos 3, 5, 24, 27 y 130 constitucional, todos vinculados al tema religioso.

Así, los cambios que la Iglesia católica había pedido y exigido desde el 6 de febrero de 1917, un día después de promulgada la Constitución, se consumaron en el salinismo.

Es de suma importancia destacar que el Reportaje fue el instrumento perfecto para lograr recopilar la información necesaria para la creación de este trabajo haciendo a su vez una investigación detallada del tema, a través de entrevistas las cuales fueron importantes para darnos cuenta que los temas religiosos se han investigado desde siempre y que a pesar de la enajenación que se dice está viviendo la sociedad en cuanto a estos temas, existe mucha gente que de igual manera se ha interesado en este tópico, y que se ha dedicado a estudiarlo minuciosamente, debido a esto se aprecia que la religión desde siempre ha sido un tema del que la sociedad no se puede ni podrá eximir, motivo por el cual también tiene importancia en el rubro de los medios de comunicación.

Es por ello que, tanto los medios como la religión católica, se han servido de manera paralela, los primeros utilizando a la religión como un instrumento para generar un mayor público que les llene los bolsillos a través de las ventas de espacios publicitarios y por el otro lado la iglesia católica ha usado a los medios como la herramienta más eficaz para la propagación de sus ideales.

La realidad es que cada grupo religioso tiene sus propias tácticas para tener el poder de la opinión pública, y es por ello que cada una de estas han hecho de los medios la herramienta principal para propagar sus ideas y así tratar de homogenizar a un público que de origen es heterogéneo.

BIBLIOGRAFÍA

DAUJAT, Jean, *La Iglesia en el mundo*, editorial Huemul, 1966, Buenos Aires, Argentina.

ANTAKI, Ikram, *El Banquete de Platón Religión 3ª Serie*, editorial Joaquín Mortiz, 2000, México D.F.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Constitución 1857-Leyes de Reforma y Registro Civil-Manifiesto 1859-Leyes y Decretos Eclesiásticos-Ley Sobre el Estado Civil de las Personas-Galería Documentos Originales Archivo General de la Nación.

RIVADENEIRA, Raúl, *La opinión Pública*, editorial trillas, 2002, México, D.F. pp. 48-50

ZIRES, Margarita, *Nuevas Estrategias Político-Religiosas*, en versión 2, UAM-X. México, D.F., 1992, pp. 57-90.

HEMEROGRAFÍA

BARRANCA, Bernardo, “Décimo Aniversario de Religiones en el mundo”, *La Jornada*, 16 de Noviembre del 2005. Pág. 26.

GUARNEROS Roberto M., /Jorge Alcalde, “En que creemos hoy” en *Conozca Más*, Pág. 66, México, Diciembre 2000, No. 12, editorial, Televisa.

MUÑOZ Saldaña, Rafael, “Actualidad y futuro de las Creencias Religiosas” en *Muy Interesante*, Pág. 40, México, 31 de Agosto 2005, No. 8, editorial Televisa.

MUÑOZ, Alma E., “Aprovechar los medios”, *La jornada*, México, 9 de Septiembre del 2005, Pág. 11

MUÑOZ, Alma E, “Condena CNDH discriminación contra la Iglesia”, *La jornada*, 17 de Noviembre 2005, Pág. 8.

PESSOA, Fernando, “Como busca el hombre alo Divino en el siglo XX” *Conozca Más*, México, Agosto del 2004, No. 8, Pág. 64.

SANDOVAL, Jorge G., “Recesión Católica”, Sol de Hidalgo, Pachuca Hgo., 2 de Marzo 2009, Pág. 6C.

XOCONOSTLE, Waye, Ruy, “La Tecnología al servicio del Mesías” en *Conozca Más* Pág. 62, México, Agosto 2003 No. 163, editorial Televisa.

“Desahogo para creyentes”, Milenio Hidalgo, Pachuca Hgo., 3 de marzo 2009, Pág. 32.

“Pueden Holandeses Dejar mensajes a Dios en su contestadora”, Sol de Hidalgo, Pachuca Hgo., 17 de marzo 2009, Pág. 7A

ENTREVISTAS

Lic. En Ciencias de la Comunicación Martín Gerardo Ángeles Vera
Con especialidad en Educación
Catedrático de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Ha trabajado en diferentes medios: Revistas, Televisión, Radio.

Investigador del Área académica de Sociología Maestro Mario T. Padilla

Lic. en Derecho Eduardo Arturo Romero Arroyo

Licenciado en Ciencias de la Comunicación Mario Alberto Viornery Oropeza.
Productor del programa Poder Joven Radio.

C. Isabel de Jiménez Pastora de la religión Cristiana y encargada de los programas de radio, Cristo en las Multitudes, Reto anticongelante y Muy de Mañana con Jesús.

Lic. Luís Daniel Carrera Manríquez, director general de grupo EXA Pachuca.

El Francés Michael Duquesnay, Doctor en Antropología con Maestría en Sociología y Licenciatura en Teología y filosofía.

PÁGINAS DE INTRNET

http://www.elcatolicismo.com.co/content.php?menu=4701&page_id=76

<http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/580/2289/articulo.php?id=1274>

<http://www.vatican.com>

http://wwwni.laprensa.com.ni/archivo/2005/junio/19/dom_religion/dom_religion-20050619-03.html

<http://www.revistacinefagia.com/estreno040.htm>

http://www.blog.com.mx/archives/peliculas_y_cine/el_crimen_del_padre_amaro.ph

E:\religion_medios\campa_as_para_moralizar_a_los_medios_en_m_xico.ht
ml
www. ARGENPRESS.info.com

www.ciberamerica.org

www.elescolista.org.

<http://www.jornada.unam.mx/2005/04/01/051n1mun.php>.