

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



GUATEMALA, JUNIO DE 2,006

DL  
16  
T(508)

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**DIRECTOR:**

**LIC. GUSTAVO BRACAMONTE CERON**

**COMISION DIRECTIVA PARITARIA:**

**REPRESENTANTES DOCENTES**

**LIC. SERGIO MORATAYA**

**LIC. VICTOR CARILLAS**

**REPRESENTANTE DE LOS EGRESADOS**

**LIC. MARCER AREVALO**

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

**LIC. EDGAR HERNANDEZ**

**LIC. ESTEVENS MENCOS**

**SECRETARIA**

**LICDA. MIRIAM ISABEL YOCUTE**

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

**LIC. WILLIAM LOPEZ (Presidente)**

**DR. WANGNER DIAZ (Revisor)**

**M.A. DONALDO VASQUEZ (Revisor)**

**LIC. DAVID CHACON (Examinador)**

**M.A. ELPIDIO GUILLEN (Examinador)**

**M.A. LESVIA MORALES (Suplente)**



Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 28 de noviembre de 2005  
Dictamen Aprobación 300-2005  
CT-AKMG/lg

Señor:  
Arnoldo Aguilar Bernardino  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio.

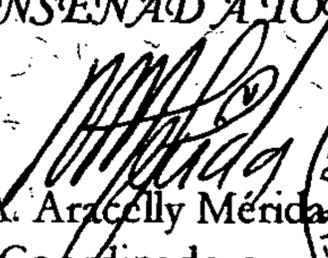
Estimado señor Bernardino:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.3 el punto DOS del Acta 15-2005, de sesión celebrada el 28 de noviembre de 2005.

"DOS 2.3. Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar al estudiante Arnoldo Aguilar Bernardino. Carné 9417127 el proyecto de tesis "La persuasión en el discurso religioso evangélico pentecostal en 2 iglesias de la zona 6 de la ciudad de Guatemala" b) Nombrar como asesor (a) a Lic. William López".

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora  
Comisión de Tesis



AKMG/lg  
cc. Comisión de Tesis



Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 18 de abril de 2006  
ECC 434-06

Señor (a) (ita)  
Arnoldo Aguilar Bernardino  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 17.5 del Punto DECIMO SEPTIMO del Acta No. 09-06, de sesión celebrada el 17-04-06.

“DECIMO SEPTIMO:...17.5... El Consejo Directivo, ACUERDA: El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA:

1) Nombrar a los profesionales: Lic. William López, (Presidente), Dr. Wangner Díaz, M.A. Donaldo Vásquez, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **ARNOLDO AGUILAR BERNARDINO**, Carné No. 9417127, cuyo título es: **“EVANGELIZACIÓN EN EL DISCURSO RELIGIOSO EVANGÉLICO PENTECOSTAL EN DOS IGLESIAS DE LA ZONA SEIS DE LA CIUDAD DE GUATEMALA”**. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Miriam Yucuta  
Secretaria



MY/csg

*Por una Escuela con luz propia*



Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**APROBACIÓN TERNA REVISORA**

Guatemala, 15 de MAYO de 2006

Señores:  
CONSEJO DIRECTIVO  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio M2

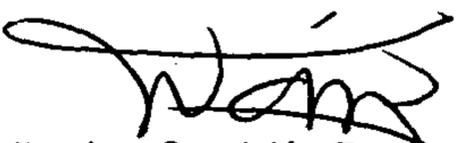
Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante  
ARNOLDO AGUILAR BERNARDINO  
Camé No. 9417127

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su **TRABAJO DE TESIS**,  
cuyo tema es  
LA PERSUASION EN EL DISCURSO RELIGIOSO  
EVANGELICO PENTECOSTAL EN DOS IGLESIAS  
DE LA ZONA SEIS DE LA CIUDAD DE GUATEMALA.

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE** a efecto de que pueda  
continuar con el trámite correspondiente.

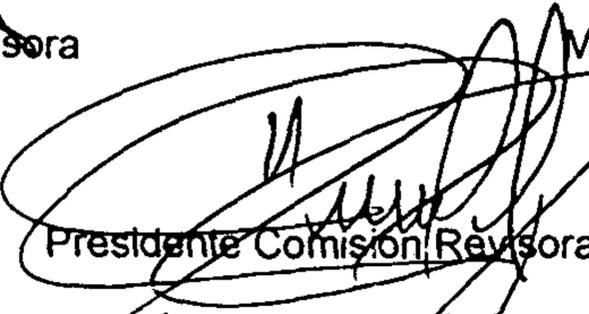
**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Miembro Comisión Revisora

LIC WAGNER DIAZ

  
Miembro Comisión Revisora

LIC DONATO VASQUEZ

  
Presidente Comisión Revisora  
Lic. William López M.  
Colegiado 6144

cc/ archivo



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 29 de mayo de 2006.  
ECC 689-06

Señor (a)(ita)  
Arnoldo Aguilar Bernardino  
Esc. Ciencias de la Comunicación

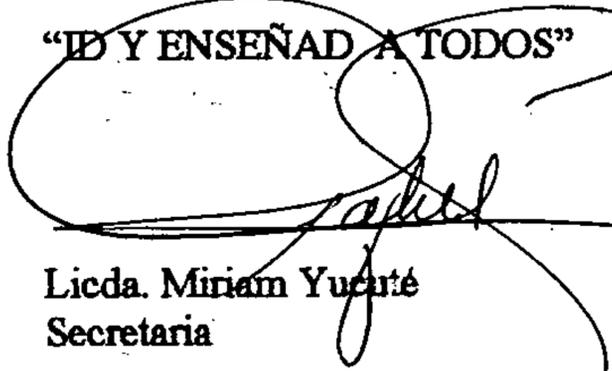
Estimado (a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el inciso 49.2 del Punto CUADRAGÉSIMO NOVENO del Acta Extraordinaria No. 13-06 de sesión celebrada el 25-05-06.

“CUADRAGÉSIMO NOVENO:...49.2... El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: LA PERSUASIÓN EN EL DISCURSO RELIGIOSO EVANGÉLICO PENTECOSTAL EN DOS IGLESIAS DE LA ZONA SEIS DE LA CIUDAD DE GUATEMALA, presentado por el (la) estudiante **Arnoldo Aguilar Bernardino**, Carné No. 9417127, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. David Chacón, M.A. Elpidio Guillén, (titulares) M.A. Lesvia Morales, (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. William López (Presidente), Dr. Wangner Díaz y M.A. Donaldo Vásquez, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
Licda. Miriam Yucuté  
Secretaria



MY/csg

## **ACTO QUE DEDICO**

**A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**A MI ASESOR:**

LIC. WILLIAM LOPEZ M.

**A MIS PADRES:**

ALFREDO AGUILAR Y FILOMENA BERNARDINO

Por su paciencia, ejemplo y esfuerzos inagotables

**A MI ESPOSA:**

ARACELY MARTINEZ

Gracias por tu amor y por compartir este esfuerzo conmigo

**A MIS HIJOS:**

HESBY ARIEL Y JONATAN SAMUEL

Con profundo amor

**A MIS HERMANOS:**

MIGUEL Y MYNOR AGUILAR

Mis amigos amados en el camino de la vida

**A MIS CUÑADAS:**

SONIA E IRIS

Por su amistad y cariño

**A MIS SOBRINOS:**

SINDY, ALEX Y BRUNO

Con mucho aprecio

**A TI JESUCRISTO:**

Que aunque figuras como el último, sabes bien que eres el primero.

Tu eres mi inspiración y mi gloria.

**Para efectos legales  
únicamente el autor  
es responsable del contenido  
de este trabajo.**

# ÍNDICE

Pág.

Introducción .....	i
--------------------	---

## CAPÍTULO I

### Antecedentes de la iglesia evangélica pentecostal

1.1. Inicio del protestantismo en América Latina .....	9
1.2. El pentecostalismo .....	10
1.3. Proliferación del protestantismo en Centroamérica .....	11

## CAPÍTULO II

### Generalidades de la persuasión y el discurso religioso

2.1. La persuasión .....	13
2.1.1. Técnicas utilizadas en la comunicación persuasiva .....	15
2.1.1.1. La sugestión .....	15
2.1.1.2. Palabras emocionalmente cargadas .....	16
2.1.1.3. El rumor .....	16
2.1.2. Efectos de la comunicación social .....	16
2.1.3. Las actitudes .....	17
2.1.4. La conducta .....	18
2.2. El discurso .....	18
2.2.1. El discurso evangélico (predicación, sermón) .....	19
2.2.1.1. La introducción .....	20
2.2.1.2. El plan y las divisiones .....	20
2.2.1.3. La conclusión .....	21
2.2.2. Tipos de discurso evangélico .....	22
2.2.2.1. Por su contenido .....	22
2.2.2.1.1. Doctrinales .....	22
2.2.2.1.2. Apologéticos .....	22
2.2.2.1.3. Morales .....	22
2.2.2.1.4. Sobre temas sociales .....	22
2.2.2.1.5. Históricos .....	22
2.2.2.1.6. Devocionales .....	23

2.2.2.1.7. Evangelísticos .....	23
2.2.2.2. Por su estructura .....	23
2.2.2.2.1. Temáticos .....	23
2.2.2.2.2. Textuales .....	23
2.2.2.2.3. Expositivos .....	23
2.2.3. Predicación y comunicación .....	23
2.2.3.1. El predicador, instrumento de comunicación .....	25
2.2.3.2. El auditorio y sus necesidades .....	25
2.2.4. La centralidad de la predicación en la iglesia .....	26
2.2.5. El carácter persuasivo de la predicación .....	27
2.2.6. Retórica y oratoria .....	28

### **CAPÍTULO III**

#### **Consideraciones previas: Metodología**

3.1. Hipótesis y variables.....	31
3.2. Técnicas de recolección de datos.....	31
3.2. El método.....	32

### **CAPÍTULO IV**

#### **Análisis del discurso religioso evangélico pentecostal**

4.1. Acerca del análisis.....	35
4.2. Forma del discurso .....	35
4.2.1. Unidades de base gramatical .....	35
4.2.1.1. Funciones del discurso .....	37
4.2.1.1.1. Función emotiva .....	37
4.2.1.1.2. Función referencial .....	37
4.2.1.1.3. Función conminativa .....	38
4.2.1.1.4. Función fática .....	38
4.2.1.1.5. Función metalingüística .....	39
4.2.2. Unidades paralingüísticas (de base no gramatical) .....	39
4.2.2.1. Las unidades espacio-tiempo .....	40
4.2.2.2. Las unidades diferenciales .....	40
4.2.2.2.1. Inflecciones o cambio de tono .....	40

4.2.2.2.2. Los gestos del emisor .....	41
4.2.2.2.3. Los movimientos del emisor .....	41
4.2.2.2.4. Los elementos espaciales .....	43
4.3. Sustancia del discurso .....	44
4.3.1. El asunto .....	44
4.3.2. La tendencia .....	45
4.3.3. Las pautas .....	45
4.3.4. Los valores .....	45
4.3.5. Los métodos .....	46
4.3.6. Las técnicas .....	46
4.3.7. Los rasgos físicos .....	47
4.3.8. El actor .....	47
4.3.9. La autoridad .....	48
4.3.10. El origen .....	48
4.3.11. El grupo .....	49
4.4. Aplicación persuasiva en el discurso religioso evangélico pentecostal ....	49
4.4.1. La persuasión y la personalidad del receptor .....	51
4.4.2. Gradación persuasiva.....	52
4.4.3. Técnicas persuasivas.....	54
4.4.3.1. La sugestión .....	54
4.4.3.2. El temor .....	56
4.4.3.3. Palabras emocionalmente cargadas .....	57
4.4.3.4. Mensajes de uno y dos puntos de vista .....	58
4.4.3.5. El rumor .....	59
4.4.4. La perspectiva psicológica de la persuasión .....	60
4.4.4.1. Estímulo .....	60
4.4.4.2. Organismo motivado .....	61
4.4.4.3. Respuesta .....	61
4.4.4.4. Recompensa .....	62
4.5. El discurso religioso evangélico pentecostal y el cambio de vida .....	63
4.5.1. Resultados de la aplicación metodológica .....	63
4.5.2. La perspectiva del observador .....	63
4.5.3. La perspectiva del emisor .....	64
4.5.4. La perspectiva del receptor .....	64
4.5.4.1. El discurso y el vocabulario .....	65

4.5.4.2. El discurso y los hábitos de consumo .....	65
4.5.4.3. El discurso y los valores .....	66
4.5.4.4. El discurso y el vestuario .....	66
4.5.4.5. El discurso y las relaciones sociales .....	67
4.5.4.6. El discurso y la economía .....	67
4.5.4.7. El discurso y la afiliación política .....	68
4.5.4.8. El discurso y la cohesión religiosa .....	68
4.5.4.9. El discurso y la educación .....	69
4.5.4.10. El discurso y la interpretación de los receptores .....	69
4.5.4.11. El discurso y la aplicación de las enseñanzas .....	71
4.5.4.12. El discurso y su aprobación .....	71
4.5.4.13. El discurso y la vida cotidiana .....	72
4.5.4.14. El discurso y las preferencias del receptor .....	73
Conclusiones .....	75
Recomendaciones .....	77
Anexos .....	79
Bibliografía .....	83

## INTRODUCCIÓN

Existe una diversidad de temas desarrollados por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala que abordan los fenómenos de comunicación que se dan en el contexto guatemalteco. Esos importantes aportes son sistematizados en las tesis requeridas a los estudiantes previo a obtener el título de licenciados en ciencias de la comunicación.

El tema elegido para la elaboración de la presente tesis es : "*La persuasión en el discurso religioso evangélico pentecostal en la ciudad de Guatemala*". Este pretende aportar insumos para el conocimiento del discurso religioso evangélico pentecostal como una de las fuentes de información y persuasión que influyen en las opiniones de millones de guatemaltecos evangélicos. Siendo que Guatemala goza de una diversidad lingüística, étnica, cultural y confesional; y, dentro de esta última posee uno de los más grandes bloques religiosos evangélicos de latinoamérica. El equipo SEPAL (Servicio Evangelizador para América Latina) ha estimado que el país cuenta con un 25.27% de población de confesión evangélica, es decir que uno de cada 4 guatemaltecos es evangélico<sup>1</sup> . Esto refleja que la penetración de "los evangélicos" se ha abierto espacio en la vida de una cuarta parte de la población nacional, por lo tanto, analizar su dinámica es de importancia social.

El Dr. Emilio Antonio Núñez se refiere al trabajo de la comunidad evangélica, como un todo, hacia toda la nación guatemalteca; en tal virtud, -dice- "ha habido, siguen habiendo y seguirán habiendo cambios"<sup>2</sup> (en cuanto a crecimiento de la iglesia). De esto se desprende la tendencia de que la población evangélica crezca

---

<sup>1</sup> Equipo SEPAL, "Notas al Pastor". Pág. 1.

<sup>2</sup> Op. Cit. SEPAL, Pág. 8.

aún más, y para ello trabaja con nuevos métodos de proselitismo. Esto significa que el discurso evangélico seguirá perfeccionándose e impregnándose en los diferentes sectores de la sociedad, tratando de alcanzar cambios masivos a través de sus vías de comunicación.

El objetivo general del presente aporte es “analizar la aplicación persuasiva en el discurso religioso evangélico pentecostal”, y para ello se requiere específicamente: Analizar la comunicación verbal y no verbal que se maneja en el discurso religioso evangélico pentecostal; determinar la intención del emisor del discurso religioso evangélico pentecostal; conocer las opiniones que genera el discurso religioso pentecostal en cuanto al cambio de vida de los feligreses. El foco de investigación de estos objetivos está constituido por dos iglesias evangélicas pentecostales de la zona 6 de la capital de Guatemala, una de las zonas más populosas de la ciudad.

Para lograr esos objetivos se aplicó la teoría funcionalista, desde la perspectiva de Bernard Berelson, para el análisis del discurso y tres técnicas de investigación: Observación dirigida, entrevistas y grupos focales. La observación del discurso se realizó en el templo de las iglesias seleccionadas durante la celebración de un oficio religioso regular. Para efectividad de la observación, toda la información adquirida en la experiencia de campo ha sido registrada por escrito y en videocasete. La entrevista fue aplicada únicamente a los pastores de las iglesias seleccionadas. Para ello se ha usado una guía de desarrollo de entrevista. Los grupos focales fueron organizados en el templo de las iglesias seleccionadas inmediatamente después del discurso observado (al concluir el servicio religioso). Fueron 4 grupos indagados por cada iglesia, integrados por 10 personas, miembros oficiales de las iglesias.

El trabajo de campo de la investigación se llevó a cabo en el mes de enero y febrero de 2006, requiriendo la integración de un equipo de trabajo de 5 personas. Al obtener los resultados de la investigación, se analizó e interpretó la información a la luz de las diferentes teorías funcionales del acto comunicativo para proceder a redactar este informe final, que no pretende abarcar todo lo relacionado con el tema, pero sí aportar insumos para seguir profundizando en el mismo.

Conviene que los interesados en el estudio de las ciencias de la comunicación consideren o reconsideren la importancia del discurso religioso evangélico pentecostal y el recurso persuasivo en nuestro contexto guatemalteco, que particularmente a diario se está insinuando sobre la humanidad de miles de personas.

A manera de aclaración, es pertinente mencionar que existen términos que prácticamente no son utilizados en el contexto religioso evangélico, ni en la literatura concerniente a este. Por tal razón es, que para la presente investigación se ha tomado la libertad de utilizar a discreción términos como: Discurso, emisor y receptor.

En virtud de lo anterior el lector podrá encontrar que en la presente investigación se utiliza el término "discurso" o indistintamente los términos: predicación, sermón, exposición y mensaje. También se utiliza el término "emisor" o indistintamente los términos: persuasor, predicador, expositor, Pastor. De igual manera para "receptor": Oyente, público, auditorio, miembros, personas.

# CAPÍTULO I

## Antecedentes de la iglesia evangélica pentecostal

### 1.1. Inicio del Protestantismo en Latinoamérica

Desde mediados del siglo XIX se registra la entrada continua de misioneros protestantes y sociedades misioneras denominacionales en los diferentes países latinoamericanos. Las denominaciones metodistas, presbiterianas y bautistas (entre otras) fueron las denominaciones "históricas" que iniciaron con el despliegue protestante entre la población de habla castellana y de tradición católica romana. Tiempo después hubo otras denominaciones que iniciaron sus labores evangelísticas para establecer de manera definitiva el protestantismo en América Latina.

El protestantismo denominacional misionero se apoyó básicamente en la labor pionera de las sociedades bíblicas que abrieron el camino. Los misioneros fueron enviados por organizaciones eclesióstas y juntas misioneras constituídos para este fin en Europa y Estados Unidos. Latinoamérica fue uno de los últimos campos en ser descubiertos por las misiones protestantes mundiales.<sup>3</sup>

Los protestantismos latinoamericanos son sociedades religiosas importadas desde la Colonia por extranjeros provenientes de países europeos y norteamericanos donde el protestantismo estaba fuertemente enraizado. Penetraron sistemáticamente con la expansión del capitalismo a escala mundial y a través de la hegemonía norteamericana.<sup>4</sup> Desde 1920 el movimiento protestante dio origen a los grupos "evangélicos o evangelicales" por medio de misioneros norteamericanos. Este Movimiento Evangelical constituye la forma

---

<sup>3</sup> Bastian, Jean Pierre. *Breve historia del protestantismo en Centro América*. Pág. 677

<sup>4</sup> Deirós, Pablo Alberto. *Historia del cristianismo en América Latina*. Pág. 21

propia del protestantismo en América Latina, cuyas características son<sup>5</sup> (entre otras):

- a) El momento de la justificación inicia con la conversión, con la que el fiel entra en relación directa con Cristo y se convierte en "renacido".
- b) El Espíritu Santo comienza a hacerse presente a partir de la conversión.
- c) La predicación y actividad misionera, muy emotiva, persiguen en crecimiento de la iglesia.
- d) La ética debe desarrollarse a partir de la ley divina revelada en las Escrituras.
- e) Énfasis en un cristianismo práctico, que rechaza tradiciones fijas.
- f) El retorno de Cristo se espera para un futuro próximo.

El evangelicalismo está constituido por dos ramas importantes que le distinguen hasta el día de hoy: fundamentalismo y pentecostalismo. La primera surge como una reacción ante corrientes sociales y teológicas catalogadas como "liberalismo y modernismo" que amenazan al cristianismo tradicional. La segunda rama del evangelicalismo se expandió grandemente en América Latina y constituye un movimiento de denuncia al protestantismo de santificación de Estados Unidos. Este busca experiencias religiosas con éxtasis, y se inspira en el metodismo de John Wesley.

## **1.2. El Pentecostalismo:**

El movimiento pentecostal inició en los primeros años del siglo XX emergiendo de la tradición evangélica de "santidad" de Estados Unidos. Fue un movimiento dependiente de la teología wesleyana con su énfasis en la santificación como una "segunda obra" del Espíritu Santo posterior a la conversión.

Como una reacción a la relajación del énfasis sobre la santificación en las iglesias

---

<sup>5</sup> Muñoz López, Alba Lily. *La iglesia electrónica en Guatemala*. Pág. 9

wesleyanas tradicionales, surgió un nuevo movimiento de santidad con nuevo vigor, formado por más de una veintena de congregaciones en la década 1895-1905. En este mover de santidad surgió la doctrina de la "tercera bendición" posterior a la santificación y concebida como "Bautismo con Espíritu Santo y fuego". Esta tercera bendición, después de la conversión y la santificación, era autenticada únicamente por la glosolalia (hablar en otras lenguas).<sup>6</sup>

Para el pentecostalismo el ideal está conformado por el conjunto de experiencias vividas por la iglesia cristiana primitiva del primer siglo. Descartando toda clase de aseveración que señala lo "sobrenatural" únicamente para el período apostólico, el pentecostalismo promueve como parte de la vida de la iglesia el bautismo con el Espíritu Santo, la glosolalia, y la manifestación de los dones espirituales.

En Latinoamérica las iglesias pentecostales iniciadas a principios de siglo en Chile, Brasil y Argentina ha proliferado desde 1950 a tal punto que hoy se considera que son entre el 70 y el 80% de todos los evangélicos de América Latina. Las denominaciones más difundidas son: Las Asambleas de Dios, La Congregación de Cristo de Brasil, la Iglesia de Dios Evangelio Completo y la Iglesia del Evangelio Cuadrangular, denominaciones que tienen su origen en fundaciones de los Estados Unidos. Existen otras más que se han derivado de éstas y que tienen carácter nacional.<sup>7</sup>

### **1.3. Proliferación del Protestantismo en Centroamérica**

El avance del movimiento protestante en Guatemala desde 1954 ha tenido 3 fases, según la investigadora Virginia Garrard-Burnett.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Subcomisión de literatura cristiana, **La renovación carismática**. Pág. 7

<sup>7</sup> Muñoz, **Op. Cit.** Pág. 10

<sup>8</sup> Asociación de amigos del País, **Historia popular de Guatemala; Elecciones y partidos políticos. Religiones e iglesias**. Pág. 782

La primera fase desde 1954 hasta mediados de 1960, promovida por la creciente afluencia de misioneros norteamericanos canalizados por la Misión Latinoamericana.

La segunda desde 1960 hasta 1976, distinguida por la actividad social del movimiento protestante alrededor del terremoto de 1976. Debido a la necesidad de la población guatemalteca muchas organizaciones internacionales se volcaron para ayudar, entre ellas un considerable número de misiones protestantes con la misión de pregonar el mensaje religioso, dando por resultado un fuerte incremento en el número de sus adeptos. Por otro lado, en esta fase también figura el aumento de la migración del campo a la ciudad que propició que muchos campesinos se afiliaran a las iglesias evangélicas probablemente para encontrar una forma de asociación adecuada a su baja posición social. Otro aspecto importante fue el factor económico puesto que las iglesias evangélicas le ofrecían servicios sociales y financieros que ayudaban a los inmigrantes en su difícil situación en el área urbana.

La tercera fase representa el ascenso del protestantismo a niveles históricos gracias a la participación política del General Efraín Ríos Montt quien sostenía que la religión sería el centro de gravedad de su gobierno. En los años 80 el crecimiento del protestantismo estuvo íntimamente vinculado a las crisis políticas y económicas del país. En las últimas décadas, el crecimiento del protestantismo se ha dado parcialmente como una respuesta a la modernización social iniciada a partir de 1944 cuando los viejos moldes de jerarquización comenzaron a modernizarse en el campo y la ciudad.

## CAPÍTULO II

### Generalidades de la persuasión y el discurso religioso

#### 2.1. La persuasión

Esta puede ser calificada según sus fines como una práctica para quienes carecen de ética. Para Carlos Interiano la persuasión se define en términos prosaicos como "*hacer que otros hagan, lo que nosotros queremos que hagan*".<sup>9</sup>

Lejos de los móviles de las conductas humanas, la persuasión es la forma de comunicación en la que participa toda persona que se comunica con otra. Esta se presenta en el momento en que se dan las diferencias en el objeto de la comunicación de los participantes en el proceso comunicativo. Cuando el logro de los objetivos de una persona se ve interferido por otra se emplea la persuasión para convencer al opositor y así lograr los objetivos predeterminados. Al persuadir intentamos cambiar la conducta de aquellos cuyos objetivos son impedimento de los nuestros. Así se estimula el consenso de los puntos que ponen en riesgo la existencia de la sociedad que requiere acuerdos entre los miembros en lo que respecta a la conducta apropiada.<sup>10</sup>

— La persuasión es la actividad conciente de demostrar e intentar modificar la conducta de otra persona mediante la interacción simbólica. Se produce cuando existe una amenaza contra los objetivos personales o cuando la fuente de esta amenaza son tan importantes como para justificar la persuasión. La persuasión, al igual que la comunicación, requiere al menos de dos personas. No es lo que una persona hace a otra sino lo que hace con otra.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Interiano, Carlos. *Elementos de persuasión*. Pág. 11

<sup>10</sup> Reardon, Kathleen K. *La persuasión en la comunicación*. Pág. 25

<sup>11</sup> *Ibid.* 31-32

La personalidad es influenciada por la persuasión, según Gerhard Maletzke<sup>12</sup>, en tres "órbitas de la persuasión": De las actitudes, de las opiniones y del comportamiento.

**En la órbita de las actitudes**, la persuasión prepara el terreno para las acciones futuras del individuo. **En la órbita de las opiniones**, la persuasión genera una respuesta verbal conciente, influenciada o no por las actitudes. **En la órbita del comportamiento**, la persuasión buscará mantener, reforzar o cambiar el comportamiento de las personas.

Especialmente los mensajes de tipo persuasivo se enfocan en afectar esta última esfera de la personalidad humana: "el comportamiento". Ejemplo de ello son los esfuerzos de un candidato presidencial por atraer más votos en las próximas elecciones; el mensaje publicitario de un producto que procura abrirse un espacio en la preferencia de los consumidores; y el discurso religioso que está enfocado a mantener o ganar la fidelidad de los feligreses.

Existen cuatro "niveles de persuasión"<sup>13</sup> a través de los cuales el cerebro procesa la información que recibe: Nivel conciente, nivel preconciente, nivel inconciente y nivel subconciente. **En el nivel conciente**, el cerebro recibe la información y la procesa inmediatamente generando una respuesta instantánea. **En el nivel preconciente**, se almacena la información a manera de reserva para utilizarla eventualmente cuando por medio del recuerdo se les quiera traer a la conciencia. En este nivel la persuasión echa las bases para provocar comportamientos futuros en los receptores del mensaje persuasivo. **En el nivel inconciente**, se almacena y procesa más profundamente la información que llega al cerebro. El inconciente es el área de almacenamiento de información cuyo contenido no puede aflorar en forma voluntaria sino sólo a través de los sueños. **El nivel subconciente**, almacena la información que el cerebro no necesita para la elaboración intencional de mensajes pero que emergen en actitudes y comportamientos espontáneamente según las circunstancias que rodean al individuo.

---

<sup>12</sup> Maletzke, Gerhard. **Psicología de la comunicación**. Pág. 8

<sup>13</sup> Interiano, Op. Cit. Pág. 14

En persuasión existen varios "**grados de mecanismos persuasivos**" para cambiar actitudes, opiniones y comportamientos: Razonamiento lógico, retórica y manipulación. **El razonamiento lógico**, incluye los mensajes persuasivos dirigidos a la conciencia del individuo mediante argumentos razonables y lógicos, apoyándose en hechos reales o posibles. **La retórica**, persuade mediante el uso de un lenguaje elegante y rebuscado para convencer al público. **La manipulación**, es el mecanismo intencionado y conciente para afectar las opiniones, actitudes y comportamientos. Aplica técnicas especiales para alterar el espacio vital en el que el individuo se desenvuelve.

### **2.1.1. Técnicas utilizadas en la comunicación persuasiva**

Los comunicadores del mensaje persuasivo utilizan diversas técnicas para lograr que sus receptores cambien de actitudes y de conductas. Carlos Interiano en su libro "elementos de persuasión"<sup>14</sup>, enumera cuatro técnicas interesantes:

#### **2.1.1.1. La sugestión:**

Es la aceptación de un argumento sin someterlo a crítica alguna. Los persuasores utilizan mensajes que tienen por objetivo que las personas acepten una creencia, produzcan una actitud y accionen sólo porque "alguien lo dice", sin comprobar los argumentos del mensaje.

El "prestigio" es la forma más común de la sugestión, donde el mensaje apela a una autoridad o personalidad de renombre en el medio. En publicidad y propaganda los persuasores apelan a personalidades u organizaciones que agreguen peso al mensaje. El "miedo y la preocupación" es otra modalidad propia de la sugestión. En este caso el mensaje infunde temor entre las personas para lograr que tomen ciertas actitudes de acuerdo al propósito del persuasor. Asustar y preocupar a las personas es una técnica

---

<sup>14</sup> Interiano, Op. Cit. Pág. 75

eficáz para cambiar actitudes. Ejemplo de ello es el temor a los accidentes que motiva a los conductores a utilizar cinturón de seguridad.

#### *2.1.1.2. Palabras emocionalmente cargadas:*

También llamadas operadores semánticos. Son palabras que evocan fuertes reacciones emocionales en los receptores del mensaje. Estas palabras no son emocionalmente cargadas por sí mismas, se cargan cuando se utilizan en cierto contexto. Especialmente afectan a las personas que tienen una actitud indefinida en cuanto al tema en cuestión. Quienes están de acuerdo con la persona que las usa quizás ni las distingua. Quienes no esten de acuerdo las considerará como deformaciones de la realidad.

#### *2.1.1.3. El rumor:*

Es una de las técnicas más usadas por los persuasores por ser uno de los medios de escape emocional a través un mensaje con información deformada basada en versiones verdaderas o falsas. Es una de las técnicas de más fácil difusión por reflejar los siguientes elementos: Temor, esperanza, hostilidad, curiosidad y falta de información.

### **2.1.2. Efectos de la comunicación social**

En sentido amplio, efectos son *“todos los procesos de comportamiento y de vivencia susceptibles de ser observados en el hombre y que derivan de las circunstancias de que el hombre es perceptor en el campo de la comunicación social.”*<sup>15</sup> En este sentido los efectos abarcan los procesos que operan en el perceptor cuando este es parte objeto de la comunicación social. Son los resultados que siguen al suceso de los medios.

Existe la dificultad de sintetizar las clases de efectos de la comunicación social en sus diversas técnicas, por cuanto la estructura psíquica y los procesos provocados por los

---

<sup>15</sup> Maletzke. Op. Cit. Pág. 265

efectos no son aislados sino que traen consigo modificaciones en otros campos. Las relaciones en las que se verifican los efectos son importantes para conocer las circunstancias objetivas de éstos.

En una aproximación a las clases de efectos, esbozamos la siguiente clasificación.

La comunicación social activa procesos que provocan modificaciones en<sup>16</sup> :

- a. El comportamiento
- b. El saber
- c. Las opiniones y las actitudes
- d. La órbita emocional
- e. Las esferas profundas de lo psíquico
- f. La órbita física

### **2.1.3. Las actitudes**

Constituyen el resultado de las inclinaciones y sentimientos experimentados por una persona acerca de nociones preconcebidas, ideas, temores y convicciones acerca de cualquier tema.<sup>17</sup> La actitud es la predisposición existente en una persona para evaluar algún símbolo o aspecto de su mundo, de una manera favorable o desfavorable. Es la posición que se encuentra adentrada profundamente en la personalidad del hombre y que está ligada con otras órbitas de la personalidad. La opinión expresa verbalmente esa actitud aunque no necesariamente debe hacerlo. Toda actitud conlleva un núcleo afectivo de inclinación o rechazo, así como los elementos cognoscitivos o de creencia que describen el objeto de la actitud, sus características y sus relaciones con otros objetos. Toda actitud incluye creencias, pero no todas las creencias son actitudes.

---

<sup>16</sup> Maletzke. *Op. Cit.* Pág. 272

<sup>17</sup> Melgar, Luis A. *Compendio sobre los efectos de la persuasión.* Pág. 29

#### 2.1.4. La conducta

Friedrich Dorsh (citado por Sherly Arana, en su tesis "El discurso persuasivo como elemento fundamental en la fase conciliatoria del juicio ordinario laboral) define la conducta así: "Es la actividad física de un organismo vivo, observable en principio por otro individuo, a diferencia del curso de la actividad psíquica interior. Se incluyen en la conducta, por ejemplo, movimientos musculares, secreciones, reacciones vasomotoras, lenguaje en general, sonidos emitidos, etc."<sup>18</sup>

Una conducta puede ser cualquier cosa que la persona hace o dice. Implica adjetivos como honesto, despreocupado, trabajador, independiente, egoísta, incompetente, generoso, elegante, etc., aunque éstos significan también acciones humanas en determinado momento.

#### 2.2. El discurso

La palabra procede del vocablo "*discurrere*" que quiere decir discurrir acerca de algo. Un discurso es todo mensaje que ha sido estructurado para ser dirigido a alguien y transmitir alguna información. Este puede hacer uso de muchos códigos o lenguajes, aunque no se empleen palabras como en el caso de "los mimos", o el lenguaje de los objetos que usamos a diario, la ropa, el calzado, el vehículo, etc. transmiten un discurso.<sup>19</sup>

El discurso siempre será intencional, y requerirá la articulación de los elementos según la conveniencia del emisor del discurso. Estos llevan una intencionalidad definida elaborada por el comunicador o emisor para lograr sus objetivos de comunicación.

---

<sup>18</sup> Arana Dolor, Sherly Maritza. **El discurso persuasivo como elemento fundamental en la fase conciliatoria del juicio ordinario laboral.** Pág.12

<sup>19</sup> Interiano, Carlos Humberto. **Manual del discurso político.** Pág. 1.

### 2.2.1. El discurso evangélico (predicación, sermón)

El discurso es el desarrollo de un texto (bíblico) de la Sagrada Escritura, una explicación, ilustración y aplicación de sus enseñanzas. El texto, del latín *textus* significa "tejido", denota la trama del discurso. El discurso posee autoridad porque incluye un texto de la Escritura y demuestra que se trata de enseñar la Palabra de Dios, tarea distintiva de la cristiandad.<sup>20</sup>

El discurso es un desarrollo del texto, una explicación, ilustración, y aplicación de sus enseñanzas. El movimiento evangélico, como todo movimiento religioso, busca "difundir determinados conceptos, ganar el mayor número posible de adeptos y hacer prevalecer ciertos ideales e intereses".<sup>21</sup> Estos últimos no se construyen en el vacío, en abstracto, sino en relación a una realidad concreta y a una determinada sociedad que presenta demandas "espirituales" específicas para luego concretarlas en su praxis religiosa y social. Esa producción y distribución de "bienes de salvación" a través del discurso religioso está condicionada por el marco sociopolítico en el cual se adscribe. No hay que olvidar que el campo religioso aloja creyentes provenientes de las diversas clases enfrentadas en el terreno social, económico y político, razón por la cual sus demandas tenderán a corresponder con su posición en el conflicto.

Ningún discurso evangélico sería considerado legítimo ni tendría carácter de legitimador si no partiera de la "inspiración bíblica", puesto que la biblia ocupa un lugar central en el movimiento evangélico, en tanto contiene Palabras Sagradas, la ley divina revelada de una vez y para siempre a los cristianos en las Sagradas Escrituras. Sin embargo, la interpretación (exégesis) de la biblia no es unívoca para las distintas corrientes evangélicas, y puede hasta contraponerse en el discurso, cuando ésta es dirigida a grupos

---

<sup>20</sup> Broadus, Juan A. *Tratado sobre la predicación*. Pág. 25

<sup>21</sup> Muñoz López, Alba Lily. *La Iglesia electrónica en Guatemala*. Pág. 32

sociales diversos con diversidad también de demandas de sentido.

El análisis de un discurso, según lo han propuesto algunos escritores, es demasiado superficial. El análisis más simple es el que considera al discurso formado por tres partes: La introducción, el plan y la conclusión.<sup>22</sup>

#### *2.2.1.1. La introducción.*

Es el acercamiento gradual y no abrupto que generalmente deben tener los sermones. La introducción tiene dos objetivos principales: interesar a los oyentes en el asunto y prepararlos para entenderlo. Si la introducción es interesante se conseguirá una atención viva de parte de los receptores. Excita no sólo el interés intelectual, sino también el espiritual y práctico; de tal manera que los oyentes simpaticen con los sentimientos del emisor y se armonicen con el asunto que se expone.

#### *2.2.1.2. El plan y las divisiones.*

Es necesario que la estructura del discurso esté constituida de acuerdo a algún plan, o no será discurso. El plan ordena los pensamientos cuidando que se sucedan de acuerdo a las leyes naturales del pensamiento.

Un discurso basado únicamente en la facilidad de la palabra, vacila generalmente y se extravía por carecer de dirección fija y logran poco. La simpleza del plan es importante, no debe contener obscuridad ni debe ser forzado. Debe ser novedoso e interesante, buscando impresionar para que permanezca en el recuerdo. No debe caer en los extremos sensacionales, ni en los formales. Tampoco debe encadenar el discurso, en el sentido de que el plan es un instrumento necesario para la instrucción, pero no un fin de la predicación. Las divisiones que el plan del discurso poseerá es sumamente importante y debe indicarse cuál debe ser su número, carácter, orden y disposición general. Las divisiones no deben ser

---

<sup>22</sup> Broadus, Op. Cit. Pág. 166

demasiado marcadas que afecten la sencillez y claridad del discurso. Importa procurar la sencillez, al mismo tiempo que la variedad y la viveza.

### *2.2.1.3. La conclusión.*

Es el conjunto de pensamientos con que se ha de concluir el discurso, aunque el modo de presentarlos esté determinado por los sentimientos y la inspiración del momento. La conclusión es la lucha final que decide el éxito del conflicto.

Un elemento importante en la conclusión es la "recapitulación" o el recordar las divisiones del discurso y sus respectivas subdivisiones. Esto requiere el cuidado de no repetir el discurso sino solamente avivar el recuerdo. Otro elemento es el resumen, que designa una variedad de pensamientos concentrando su fuerza en un esfuerzo de convicción o persuasión. "La Aplicación" en la conclusión demuestra de qué forma se aplica el discurso a los oyentes, qué obligaciones les impone y qué instrucción práctica les ofrece. El objetivo del discurso es conducir a un resultado práctico en cuanto a la determinación de la voluntad, el estado de los afectos o el curso de acción. La aplicación incluye una apelación persuasiva para los oyentes a fin de que actúen como deben actuar. La exhortación final debe ser específica y tener íntima relación con el asunto que se ha tratado.<sup>23</sup>

### **2.2.2. Tipos de discursos evangélicos**

Los especialistas del arte de homilética intentan clasificar los sermones por su contenido y por su estructura en relación al texto bíblico.<sup>24</sup> Brevemente se explicará cada uno de ellos a continuación:

---

<sup>23</sup> Broadus, *Op. Cit.* Pág. 182

<sup>24</sup> Martínez, José M. *Ministros de Jesucristo.* Pág. 134

### 2.2.2.1. Por su contenido:

Por su contenido los sermones pueden ser: doctrinales, apologéticos, morales, sociales, históricos, devocionales o evangelísticos.

2.2.2.1.1. Doctrinales: Son aquellos cuyo objetivo principal es presentar alguna de las grandes doctrinas bíblicas de la cristiandad. Es la exposición sistemática de las verdades contenidas en la Escritura, fundamento de la fe y experiencia cristianas.

2.2.2.1.2. Apologéticos: Son similares a los anteriores, pero con la particularidad de que la presentación de la verdad bíblica tiene mayor fuerza argumentativa, con el fin de demostrar esa verdad en contra de cualquier objeción que se le aplique.

2.2.2.1.3. Morales: Tiene un enfoque ético y se orienta a instruir y estimular a los oyentes para que vivan como es digno del cristianismo, bajo una moral bíblica. Esta clase de sermones deben ser concretos, deben descender al terreno de los hechos de la vida cotidiana.

2.2.2.1.4. Sobre temas sociales: Es el sermón que tiene como propósito orientar al creyente en materia de su responsabilidad como miembro de la sociedad. Este hace referencia al pecado y sus consecuencias que igualmente afectan al individuo y a su sociedad. El sermón debe enfocar esta problemática desde una perspectiva bíblica para orientar espiritualmente a los oyentes.

2.2.2.1.5. Históricos: Son los que se refieren a historias bíblicas, donde los protagonistas no sólo son hombres sino, en primer plano, interviene Dios. Este sermón enfatiza lo que Dios ha hecho y permitido conforme a los propósitos de su historia de la salvación. Esta exposición es la más fácil de preparar y la que más atrae la atención.

2.2.2.1.6. Devocionales: En estos se tiene el propósito principal de motivar abiertamente a los oyentes para que vivan intensamente de acuerdo a los estatutos de la palabra de Dios. Con estos sermones se desafía al auditorio a dedicarse más a la fe.

2.2.2.1.7. Evangelísticos: Son los utilizados para convencer a los no creyentes a convertirse al cristianismo, mediante la exposición de los puntos esenciales del evangelio.

#### *2.2.2.2. Por su estructura:*

Por su estructura, los sermones pueden ser: textuales, expositivos y temáticos.

2.2.2.2.1. Temáticos: Como su nombre lo indica tienen su origen no en un texto bíblico sino en un tema determinado por el predicador. Este se desarrolla según un orden lógico, señalando diferentes textos bíblicos que apoyen dicho desarrollo.

2.2.2.2.2. Textuales: A diferencia de los anteriores, en este sermón el texto bíblico es el principio, la continuación y conclusión del discurso. Se basa en un pasaje bíblico corto, de uno o dos textos versículos. Cada frase de estos versículos son definidas como partes esenciales del sermón.

2.2.2.2.3. Expositivos. Muy similares a los anteriores toman una porción bíblica como base para el desarrollo del discurso. Particularmente este tipo de sermón utiliza un pasaje bíblico extenso, a veces capítulos y hasta libros enteros de la biblia. Es la predicación bíblica por excelencia, sumamente enriquecedora al aplicarse correctamente.

### **2.2.3. Predicación y comunicación**

Lo que en otro contexto se catalogaría como discurso religioso, en el contexto que

interesa para este estudio se define como "Predicación". ¿Qué es la predicación? Brevemente se define que predicación es "el acto divino-humano en el cual los seres humanos en su perdición son llamados con la Palabra de Dios a través de las palabras de un testigo convencido".<sup>25</sup>

José M. Martínez en un esfuerzo por definir la predicación, dice: "Es la comunicación, en forma de discurso oral, del mensaje divino depositado en la Sagrada Escritura, con el poder del Espíritu Santo y a través de una persona idónea, a fin de suplir las necesidades espirituales de un auditorio".<sup>26</sup>

Orlando Costas en su libro "Comunicación por medio de la predicación"<sup>27</sup> se refiere a la predicación, (discurso religioso para efecto de este estudio), como un acto comunicativo que tiene la finalidad de comunicar la Palabra de Dios a los hombres. Se comparte a Cristo con otras personas para introducirlos a una relación íntima con Dios.

La comunicación implica un proceso mental y emocional de interacción social para compartir ideas, actitudes y sentimientos con el fin de modificar o influir sobre la conducta. En el sentido amplio implica la generación, recepción, interpretación e integración de ideas. Constituye una transmisión latente de predisposiciones hacia personas, ideas y objetos. Eso significa que en la predicación están implícitas las predisposiciones del predicador, hacia sí mismo, Dios y su palabra, y la congregación y su situación vivencial.

Pero también participa en interacción social la congregación, el mensaje, el culto y sus integrantes. Finalmente la predicación es más que recibir lo que uno sólo da, es una actividad dinámica y de interacción social que afecta y es afectada por el cuerpo, el

---

<sup>25</sup> C. Arrastia. **Teoría y práctica de la predicación.** Pág. 22

<sup>26</sup> Martínez, Op. Cit. Pág. 103

<sup>27</sup> Costas, Orlando. **Comunicación por medio de la predicación.** Pág. 33

pensamiento, los sentimientos, las acciones, la atención y el entendimiento, tanto del predicador como de la congregación.

#### *2.2.3.1. El predicador, instrumento de comunicación.*

Si el mensaje de la predicación es divino ¿quién puede considerarse apto para lograr con sus palabras que los hombres oigan la voz viva de Dios?. Sin embargo es imprescindible un mínimo de idoneidad por parte de quien comunica la Palabra de Dios. Por tal razón el predicador, aún con sus defectos, debe identificarse con el mensaje que comunica, reverenciar a Dios, amarle, respetar y aceptar su palabra. Debe haber tenido una conversión a Cristo en respuesta a su llamamiento. Debe ajustar su vida -aunque no llegue a la perfección absoluta- a las normas morales del evangelio, amar a los seres humanos y reflejar el carácter y espíritu de su Señor.

El predicador es un intermediario entre Dios y los oyentes en lo que a comunicar la palabra de Dios respecta. Siendo así debe conocer y experimentar a Dios y a los hombres a quienes habrá de comunicar el mensaje.

El predicador es llamado a predicar a Cristo y no a sí mismo. La esencia de su sermón debe ser la Palabra de Dios; por ello las experiencias del predicador usadas con moderación pueden ser ilustraciones útiles pero nunca deben ocupar el lugar principal.

#### *2.2.3.2. El auditorio y sus necesidades*

Según José Martínez, el amor a Dios es una de las cualidades que todo predicador debe poseer, pero también debe amar a quienes le escuchan con una preocupación sincera por su situación. Son mujeres y hombres con inquietudes, dudas, deseos, debilidades, luchas, pecados, alegrías, temores, etc.<sup>28</sup> El expositor de la palabra de Dios debe tener claro que la predicación no va dirigida únicamente al espíritu de los hombres, el objetivo es la

---

<sup>28</sup> Martínez, Op. Cit. Pág.112

totalidad de su ser y de sus circunstancias. No debe dirigirse a elevar al hombre a un éxtasis que le haga indiferente a sus compromisos, necesidades, relaciones y problemas.

#### **2.2.4. La Centralidad de la predicación en la Iglesia**

La Iglesia tiene una misión que surge de la revelación escrita en las sagradas escrituras. Ahí se descubre como portadora de la misión de Dios de salvar a la humanidad.

El teólogo Emilio Antonio Núñez define la misión de la iglesia: "La misión de la iglesia consiste en que ella se haga presente en el mundo como la comunidad del Reino de Dios, para comunicar el evangelio por la palabra y obra, en el poder del Espíritu Santo, en pro de la salvación integral del ser humano por medio de Jesucristo, a fin de que él sea glorificado".<sup>29</sup>

En las iglesias evangélicas la predicación se posesiona en un lugar muy predilecto debido a su naturaleza divino-humana. Este prestigio le ha hecho el principal medio que la iglesia ha utilizado por generaciones para el difundir el mensaje del evangelio. Su práctica se fundamenta en la misión de la iglesia que a la vez es la misión de Dios. El contenido de la predicación debe tener un carácter teologal, cristológico, evangélico, antropológico, eclesial, escatológico, persuasivo, espiritual y litúrgico.<sup>30</sup>

La práctica de la predicación en la iglesia está estrechamente ligada a la "Ciencia de la Comunicación". El centro de su mensaje, El Evangelio (*gr. euangelion* - buenas noticias), implica que hay noticias que comunicar, por ello el discurso evangelico parte de una estructura comunicativa. El Nuevo Testamento, que habla de la misión de la iglesia y la predicación, enfatiza esta última con las siguientes palabras: anunciar, hablar, decir,

<sup>29</sup> Núñez, Emilio A. *Teología y Misión: perspectivas desde América Latina*. Pág. 235

<sup>30</sup> Gálvez, Rigoberto. *Teología de la comunicación*.

atestiguar, convencer, persuadir, discurrir, disertar, confesar, reprender, extender, divulgar, difundir, trasladar, expresar, etc., todas ellas relacionadas con la comunicación.<sup>31</sup>

### **2.2.5. El carácter persuasivo de la predicación**

La predicación tiene un fin persuasivo. Tiene por objetivo persuadir a los hombres en general a una mayor devoción en la fe.<sup>32</sup>

El fin de la persuasión es cambiar las actitudes de los receptores del mensaje, lo cual implica que no sólo se concienta el mismo, sino que se procura penetrar en los oyentes para que éstos adopten un comportamiento adecuado conforme a Cristo y a su evangelio. Se busca que se tomen las decisiones pertinentes que conduzcan a una nueva actitud. De ahí que Pattison define la predicación como: "la comunicación verbal de la verdad divina con el fin de persuadir".<sup>33</sup>

Con anterioridad se ha hecho referencia a los componentes del discurso (introducción, plan y divisiones, conclusión). En la última parte del discurso "la conclusión" se debe desarrollar la aplicación. La aplicación no es más que la parte del sermón en la cual mostramos al oyente de qué modo las verdades expuestas le son aplicables. La parte principal de la aplicación es la "persuasión" porque no basta sólo presentar una verdad ni demostrar que es aplicable, se debe persuadir a los hombres a adoptar y practicar esa verdad.<sup>34</sup>

Puede un hombre conocer su deber y no obstante descuidarlo; mediante la persuasión se es inducido a practicar algo, bueno o malo que antes rehuía. Es propio, pues,

---

<sup>31</sup> Kung, Hans. **La Iglesia**. Pág. 445

<sup>32</sup> Costas, **Op. Cit.** Pág. 26

<sup>33</sup> Pattison, Harwood. **The Making of a sermon**. Pág. 31.

<sup>34</sup> Broadus, **Op. Cit.** Pág. 152

persuadir, exhortar y aun rogar.

Generalmente se logra mejor la persuasión, no sólo apelando a los sentimientos, sino presentando antes algún motivo o motivos para obrar según proponemos. El predicador no debe apelar más que a motivos dignos. Los más importantes se clasifican en tres grupos: de felicidad, de santidad y de amor.

El propósito del discurso no es sólo proponer móviles a los hombres para que obren fríamente de acuerdo con ellos. Las verdades de la religión son propias para mover los sentimientos y provocar intensas emociones. Hay que procurar, pues hacerlo, para vencer la natural aversión de los hombres a someterse a la voluntad de Dios.

Para excitar las pasiones mediante la palabra se necesita apelar a la imaginación. La sensación es lo que más poderosamente excita la pasión. Pero después de la influencia de los sentidos, la de la memoria es la que tiene más poder sobre la pasión, y después de la memoria, la imaginación. Por la imaginación le parece al oyente ver lo que le describimos, y el efecto de esto sobre el sentimiento, se aproxima al efecto producido por la vista.<sup>35</sup>

#### **2.2.6. Retórica y oratoria**

Retórica es el arte de persuadir al público de cualquier ámbito del lenguaje verbal articulado. Opera en el plano "connotativo del lenguaje", es decir, en el nivel de las diferentes sugerencias que en el ámbito de las emociones, las actitudes y las escalas de valores individuales y sociales evoca el lenguaje. Bien manejada y dosificada la retórica puede ofrecer efectivas técnicas y fórmulas para lograr el cambio de opiniones, actitudes y comportamientos en el público. Cuando el discurso recae sólo en las fórmulas trazadas por

---

<sup>35</sup> Broadus, Op. Cit. Pág.156

la retórica puede caer en el fenómeno de la "manipulación".<sup>36</sup>

La práctica de la retórica surgió hace más de dos mil cuatrocientos años. En Grecia, las decisiones importantes eran tomadas en asambleas. El mejor orador podía inclinar esas decisiones en la dirección que le interesara. Daniel Prieto se refiere a la palabra retórica como procedente de la palabra "*retor*" que significa "orador", y cuya traducción generalizada es "el arte de la oratoria", el arte de expresarse correctamente en público.<sup>37</sup>

La oratoria, el arte de hablar en público. Herramienta de persuasión, convencer y entretener a través de la palabra en manos de hombres de negocios, políticos, religiosos, líderes populares, estudiantiles y de todo tipo. Se constituye un arte cuando se maneja con elegancia, pulcritud, claridad, sencillez, fuerza expresiva, convicción, y sobre todo persuasión.<sup>38</sup>

El orador necesita expresarse bien porque quiere algo del público. Busca ganarse al público con relación a un determinado tema. Busca persuadirlo con relación a algo. El orador está interesado en que su público se adhiera a tal o cual idea, religión, producto. Es decir que este acto de comunicación no tiene nada de gratuito. Si incluye algo de poesía, si incluye metáforas, palabras cargadas de belleza, es para persuadir.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> Interiano, *Op. Cit.* 1995: Pág. 45

<sup>37</sup> Prieto Castillo, Daniel. *Retórica y manipulación masiva*. Pág. 27.

<sup>38</sup> Interiano, *Op. Cit.* 1995: Pág. 21

<sup>39</sup> Prieto, *Op. Cit.* Pág. 27

# CAPÍTULO III

## Consideraciones previas: Metodología.

### 3.1. Hipótesis y variables

Para la presente investigación se ha planteado la siguiente hipótesis: "*El discurso religioso evangélico persuade a los feligreses y genera opiniones que influyen en los diferentes escenarios de su vida cotidiana.*" En ella se identifican las siguientes variables:

Independiente: "*El discurso religioso evangélico pentecosta*"

Definición: "El discurso es el desarrollo de un texto (bíblico) de la Sagrada Escritura, una explicación, ilustración y aplicación de sus enseñanzas. El texto, del latín *textus* significa "tejido", denota la trama del discurso. El discurso posee autoridad porque incluye un texto de la Escritura y demuestra que se trata de enseñar la Palabra de Dios, tarea distintiva de la cristiandad."<sup>40</sup>

Dependiente: "*Opiniones en la vida cotidiana de los feligreses*"

Definición: Se hace referencia a aquellas opiniones influidas o generadas por el discurso religioso, en las siguientes áreas: Vocabulario, hábitos de consumo, valores y estilo de vida, vestuario, relaciones sociales, economía, afiliación política, cohesión religiosa y educación.

### 3.2. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas utilizadas fueron:

1. Observación individual -no participante- estructurada según formato de observación del discurso (ver anexos).
2. Entrevista semi-estructurada aplicada a los emisores (pastores) del discurso según guía de desarrollo de entrevista (ver anexos).

---

<sup>40</sup> Broadus, Juan A. *Tratado sobre la predicación*. Pág. 25

3. Grupos focales dirigidos entre los receptores del discurso siguiendo la guía de desarrollo de grupos focales (ver anexos).

Para la aplicación de la **Observación** estructurada se empleó un "formato de análisis del discurso" utilizado para el registro de la información. Este formato permitió tener un banco de datos acerca de los diferentes elementos que se dan en el momento de la transmisión de los discursos. Fue aplicado en la celebración de un oficio religiosos regular en el templo de las iglesias seleccionadas. Adicionalmente se hizo registro de los eventos por medio de videograbación con el apoyo de un asistente.

En la **Entrevista**, de igual manera, se utilizó la *guía de desarrollo de entrevista* para enfocar y mantener la secuencia del tema de investigación. Este instrumento ayudó a la recopilación de la información acerca del emisor (Pastor) del discurso.

Los **Grupos Focales** fueron dirigidos por el investigador con la ayuda de 5 asistentes siguiendo la *guía de desarrollo de grupos focales* para obtener la información acerca de los receptores, inmediatamente después de los discursos observados. Se integraron grupos de 10 personas, miembros oficiales de las iglesias, bajo la dirección de un moderador que les aplicó la guía. La práctica se realizó en el templo de las iglesias en un período de aproximadamente 30 minutos por grupo. Los grupos fueron organizados con la asistencia del líder de la congregación (Pastor).

### 3.3. El método

En cuanto al método de análisis del discurso religioso mencionado se adoptó un enfoque cualitativo aplicando el método funcionalista desde la perspectiva de Bernard Berelson<sup>41</sup> en su "Análisis de contenido" sobre el proceso de comunicación. Como un

---

<sup>1</sup> Toussaint, Florence. *Crítica de la información de masas*. Pág. 25

complemento también se ha analizado la aplicación de las funciones del lenguaje definidas por Roman Jakobson<sup>42</sup>.

El funcionalismo como corriente metodológica de análisis de la comunicación ha sido propuesta por Paul Lazarsfeld, Robert Merton y Bernard Berelson.<sup>43</sup> Esta teoría de análisis implica identificar los elementos motrices del acto de comunicación: emisor, receptor y mensaje, y su función en el contexto social en donde se desarrollan. Para efecto de la presente investigación, cada uno de estos elementos de la comunicación son cohesionadores sociales que forman e influyen en las opiniones de los fieles evangélicos pentecostales.

---

<sup>42</sup> Jakobson, Román. **Arte verbal, signo verbal, tiempo verbal**. Pág. 196

<sup>43</sup> Interiano, Carlos. **Elementos de Persuasión**. 1a. Edición. Pág. 52

# CAPÍTULO IV

## Análisis del discurso religioso evangélico pentecostal

### 4.1. Acerca del análisis

Siguiendo el análisis de contenido propuesto por Berelson analizamos la forma y sustancia del discurso, las aplicaciones persuasivas del emisor y las opiniones del receptor en torno al discurso religioso. Estos tres elementos, en conjunto, permiten una visión amplia de la práctica persuasiva en el discurso religioso evangélico pentecostal..

El análisis de contenido es una aplicación de la corriente funcionalista y consiste en investigar el contenido del mensaje dividiéndolo en dos partes<sup>44</sup> :

1. Forma del discurso
2. Sustancia del discurso

### 4.2. Forma del discurso

#### *4.2.1. Unidades de base gramatical*

Son los componentes del acto comunicativo que aparecen registrados en términos lingüísticos para transmitir el mensaje de manera entendible.

Los discursos religiosos analizados han sido captados en el mismo lugar y tiempo en que son transmitidos al público receptor -feligreses-. En su desarrollo son expuestos mediante un tipo de comunicación vertical que obedece a un registro lingüístico planificado y una forma contextualizada de lenguaje evangélico (jerga evangélica).

---

<sup>44</sup> Interiano, Carlos. *Elementos de Persuasión*. 2a. Edición. Pág. 59

La totalidad del discurso es estructurado básicamente en diferentes secciones, entre las que figuran: El tema, el texto bíblico, desarrollo del tema, aplicación, conclusión y desafío.

A lo largo de la exposición se utilizan diferentes elementos denotativos y connotativos que contribuyen a los propósitos del comunicador. Los elementos denotativos proceden de los relatos bíblicos citados en el discurso o de experiencias personales del emisor. Los elementos connotativos proceden de las aplicaciones que el emisor haga -sobre la base de lo denotativo- para contextualizar el mensaje. Adicionalmente lo connotativo está reforzado por la autoridad implícita en el emisor y el texto bíblico.

La temática expuesta refleja propósitos sobre las opiniones, actitudes y comportamiento de los receptores. Se utilizan argumentos que apelan a situaciones de la vida cotidiana acerca de los cuales se presentan soluciones a partir del mensaje divino. En algún momento también se señala el sistema político-social del país y sus grandes vacíos, así como la falta de participación de los oyentes en el mejoramiento de dicho sistema. En este sentido el emisor estimula la participación social evangélica en la lucha por contrarrestar la decadencia social mediante la proclamación del mensaje del evangelio a toda persona. Mientras comunica el discurso el predicador reitera la frase o palabra clave del tema que se desarrolla. También utiliza repetitivamente una serie de términos claves que son parte de la jerga evangélica; por ejemplo: evangelio, mundo, pecado, salvación, juicio, amén, etc.

La comunicación que el discurso religioso evangélico pentecostal establece integra y fortalece el nivel de superestructura social que define los tópicos de la ideología, principios, valores y función socioeconómica de millones de guatemaltecos.

#### 4.2.1.1. Funciones del discurso

Como toda comunicación, el discurso religioso evangélico pentecostal desarrolla las siguientes funciones dentro de la estructura social.

##### 4.2.1.1.1. Función emotiva

Indiscutiblemente el emisor del discurso religioso evangélico pentecostal imprime su carga emocional sobre los puntos del discurso que requieren mayor énfasis. De hecho, los receptores identifican y responden de igual manera a la emotividad del emisor. Esta es una característica del ambiente pentecostal entre las iglesias evangélicas. Aquí todos los participantes se expresan espontáneamente aumentando el tono de voz aligerando el ritmo de las expresiones, alzando las manos, llorando, saltando, etc. Pero de manera especial se expresa emotivamente el emisor del discurso. En cuanto al receptor existen términos claves que expresan su emotividad mientras está siendo transmitido el mensaje. Son señales de que el mensaje está siendo bien recibido. Algunos de estos términos son: ¡Amén! , ¡Gloria a Dios!, ¡Aleluya!, etc.

##### 4.2.1.1.2. Función referencial

Esta función se realiza en el discurso religioso evangélico pentecostal cuando se emplea, textual o verbalmente, pasajes bíblicos que fundamentan el discurso.

Esta clase de discurso necesariamente debe circunscribirse al texto bíblico antes de proponer cualquier argumento expuesto por el predicador. Por esta razón el primer punto del desarrollo del discurso es la lectura de la biblia.

La función referencial también se manifiesta cuando se apela a la información de problemas coyunturales a nivel social que son publicados en los diferentes medios de

comunicación. Algunos emisores admiten recurrir a otras fuentes de información para enriquecer la interpretación del texto bíblico, estos son, libros teológicos de apoyo, diccionarios enciclopédicos, diccionarios de griego, etc.

#### 4.2.1.1.3. Función conminativa

Esta es desarrollada ampliamente por el emisor del discurso ya que goza del reconocimiento y autoridad conferido por los receptores. Como líder congregacional y designado intérprete del mensaje sagrado, el emisor es la persona que aplica órdenes y exhortaciones directas sobre los receptores en el nombre de Dios.

El discurso evangélico procura los cambios de opiniones, actitudes y comportamiento sobre la base de mandatos que deben obedecerse para estar en armonía con los designios de Dios.

Aparte de las órdenes y exhortaciones verbales del discurso, el emisor puede emplear su autoridad para movilizar a los receptores de acuerdo a los eventos que se suscitan en las reuniones congregacionales. Ejemplo de ello es que el público obedezca a las órdenes del emisor cuando pide estar de pie, cerrar los ojos, orar, abrir las biblias, sentarse, doblar las rodillas, etc.

#### 4.2.1.1.4. Función fática

Esta se manifiesta todas las veces que el emisor del discurso corrobora la atención de los oyentes. En este caso especialmente se da esta función debido a que los discursos llegan a durar hasta una hora o más; entonces es necesario comprobar que el discurso está siendo atendido, especialmente en su parte final.

Las expresiones correspondientes que se han podido detectar en esta investigación son: ¿Amén?, ¿No se ha dormido todavía?, ¿Aún está aquí?, y otras más. Expresiones de función fática a las cuales los receptores responden para confirmar su atención.

#### 4.2.1.1.5. Función metalingüística

El emisor del discurso religioso evangélico pentecostal se dirige principalmente a personas con un nivel socioeconómico y educativo bajo, por lo tanto se hace necesario explicar seguidamente los términos que puedan ser difíciles de comprender.

Usualmente el emisor recurre a la utilización de sinónimos o definiciones conceptuales para ampliar la idea de los términos que utiliza. También hace uso de figuras literarias y casos de la vida diaria para hacer entendible para todos el discurso. En este afán los emisores del discurso preguntarán a sus oyentes: ¿Me explico?, ¿me doy a entender?, ¿me está entendiendo?. Aunque para estas preguntas no esperan tener las respuestas de parte de sus oyentes.

Como en todo acto comunicativo las diferentes funciones se dan combinadas en el desarrollo del discurso. Sin embargo es predominante la función referencial, manifestada en su dependencia del texto bíblico. Puede decirse que es la base sobre la cual el resto de las funciones son aplicadas.

#### 4.2.2. Unidades paralingüísticas (de base no gramatical)

Son aquellos componentes del acto comunicativo que no aparecen registrados en términos lingüísticos pero que cooperan en los objetivos del emisor a través del discurso.

Entre las unidades paralingüísticas figuran:

a). Las unidades de *espacio-tiempo*, que se refieren a las medidas físicas del mensaje.

b). Las unidades *diferenciales*, que se refieren a los elementos que complementan el mensaje lingüístico.

#### 4.2.2.1. Las unidades de espacio-tiempo

El discurso religioso evangélico que ha sido analizado tiene una duración promedio de una hora. Según el orden general de la reunión, se inicia con lectura de la biblia y cantos confesionales por un tiempo aproximado de 50 minutos, luego de lo cual viene el discurso. Por lo regular es el discurso, el punto cúspide de la reunión. La predicación del discurso se da desde una plataforma al frente de la concurrencia utilizando para ello sistemas de amplificación de sonido.

Al iniciar, el emisor del discurso, pide a los receptores estar de pié para leer el texto bíblico sobre el cual se desarrollará el mensaje. Una vez leído el texto bíblico, el emisor pide a la concurrencia sentarse, mientras comienza a desarrollar los puntos del bosquejo del mensaje. Terminado este, pide una vez más a la concurrencia que esté de pié para orar.

#### 4.2.2.2. Las unidades diferenciales

La exposición de los discursos religiosos evangélicos por parte de sus emisores, más que una exposición meramente verbal, se equiparó con los siguientes elementos complementarios.

##### 4.2.2.2.1. Inflecciones o cambios de tono:

El emisor del discurso inicia su exposición haciendo uso de un tono de voz bajo y formal a un ritmo moderado. Así continúa su participación hasta que en determinados momentos del desarrollo del discurso enfatiza ciertos contenidos. Cuando esto último sucede, el tono de voz se eleva considerablemente, con ayuda de los aparatos de amplificación. De igual manera el ritmo de la exposición deja de ser moderado y se torna

acelerado. Una vez se ha logrado el énfasis, el emisor vuelve a los valores iniciales de tono y ritmo. Este elemento paralingüístico es clave para la aplicación del recurso persuasivo de las "palabras emocionalmente cargadas" que el emisor utiliza para apelar a la emotividad de los oyentes.

A lo largo de la intervención del emisor también se incluyen pausas intencionales en el discurso, especialmente después de plantear alguna interrogante. El propósito de éstas es generar reflexión entre los oyentes, aunque no lleguen a verbalizar sus respuestas.

#### 4.2.2.2. Los gestos del emisor

El lenguaje gestual del emisor es un lenguaje de acción que encierra un significado determinado claramente identificado por el público receptor que frecuenta escucharle. Los gestos son acciones repetitivas concientes o inconcientes que complementan el mensaje transmitido.

Algunos gestos identificados en los emisores del discurso religioso evangélico son los siguientes: sonrisa breve y silenciosa luego de exponer un argumento desafiante, levantar las cejas al esperar una respuesta, peinarse el cabello con la mano, tocarse la punta de la nariz, poner la palma de la mano en la frente, etc.

Uno de los gestos más importantes en el emisor es "el contacto de ojos" que hace con los oyentes incluyéndolos así en el acto comunicativo. Por esta razón el emisor busca cruzar la mirada con los diferentes receptores que se ubican en diferentes ubicaciones del lugar de reunión, pretendiendo con ello ser inclusivo ante la concurrencia.

#### 4.2.2.3. Los movimientos del emisor

El emisor del discurso religioso evangélico pentecostal es un comunicador que

no permanece estático en el desarrollo del mensaje, como sucede con predicadores de otras denominaciones evangélicas.

La misma infraestructura de los templos permite que los emisores se movilicen a lo largo y ancho de la plataforma (altar) donde se encuentra el púlpito. Frecuentemente el emisor se ubica detrás del púlpito donde lee la biblia, ora y expone su discurso.

Eventualmente el emisor desciende de la plataforma y camina entre los oyentes mientras expone su discurso, esto es posible gracias al pasillo central con el que cuentan los templos, el pasillo que divide en dos a los oyentes y que conduce directamente hacia el púlpito.

En cuanto a los movimientos corporales -lenguaje kinésico- se utilizan movimientos repetitivos de las manos, por ejemplo flexionar el brazo derecho una y otra vez con la mano empuñada o levantando el dedo índice. Regularmente se moviliza sólo una mano puesto que en la otra se sostiene el micrófono. En su defecto, cuando la mano deja de moverse, se introduce en el bolsillo del pantalón o del saco, mientras se camina. Otro movimiento frecuente es apoyarse en el púlpito, ya sea con una mano o con uno o ambos codos.

Los movimientos pueden llegar a pronunciarse con mayor intensidad, especialmente cuando se hace énfasis en determinados contenidos del mensaje. Cuando esto sucede el expositor puede hacer movimientos más bruscos en los cuales utilice todos los miembros de su cuerpo.

Los receptores reconocen los movimientos del predicador y lo prefieren así, y no estático para que la experiencia de la comunicación no se torne cansada y aburrida.

#### 4.2.2.4. Los elementos espaciales:

El discurso religioso evangélico es expuesto en el templo de las iglesias, en la parte superior de la sala principal. Como se ha mencionado, existe una plataforma que supera la altura del resto de la sala. Sobre ella el elemento central es un púlpito de madera, y atrás de este diferentes instrumentos musicales utilizados para los cantos de la ceremonia. Toda la plataforma está alfombrada, a diferencia del resto de la sala, y tiene como fondo planchas de madera en sus colores naturales. Es evidente el distanciamiento existente entre el emisor y sus receptores. Dicho distanciamiento sirve, en alguna medida, para resaltar el papel del emisor del discurso y al discurso mismo que aparecen en un plano privilegiado.

Al pie de la plataforma o altar donde el emisor expone el discurso, los feligreses frecuentan postrarse para hacer oraciones. Ese lugar es considerado el más especial de toda la localidad.

Durante la exposición el orador puede caminar a lo largo y ancho de la plataforma mientras expone su mensaje, con la libertad que únicamente puede poseer él entre todos los asistentes en el momento del discurso. También puede utilizar el pasillo central para acercarse a los oyentes.

Los asientos para el público receptor están ordenados en dos bloques, uno al lado del otro, dejando un pasillo central que deja ver y acceder libremente a la plataforma donde es generada la dirección de la reunión y la predicación.

### 4.3. Sustancia del discurso

La sustancia del discurso evangélico pentecostal revela la intencionalidad del mismo. Es su razón de ser, que se analiza siguiendo a Berelson<sup>45</sup>, de acuerdo a las siguientes categorías: El asunto, la tendencia, las pautas, los valores, los métodos, las técnicas, los rasgos físicos y psicológicos, el actor, la autoridad, el origen y el grupo.

#### 4.3.1. El asunto

La temática utilizada en el discurso religioso observado se refiere básicamente a la adopción de un comportamiento determinado acorde a las exigencias bíblicas. Dicho comportamiento implica un acto de obediencia a la ley de Dios, un compromiso social, un compromiso denominacional y un crecimiento personal en la fe.

Uno de los discursos analizados lleva por título: "*La generación de hoy es mi responsabilidad*". Este se refiere a la necesidad de adoptar una actitud proactiva en función de la salvación y paz de las personas no creyentes. Esto se logra precisamente transmitiendo el mensaje religioso en medio de la crisis social y personal en la que se encuentran muchas personas.

Por otro lado la temática otorga a los oyentes el reforzamiento de particularidades propias de un Hijo de Dios, que les hacen distinguirse del resto de la población; para desde allí ejercer una misión salvadora de los perdidos (no cristianos).

El tema del discurso se basa a un principio sobre experiencias cotidianas, pero a lo largo de la exposición se justifica y valida a la luz de un pasaje bíblico.

---

<sup>45</sup> Toussaint. Op . Cit. Pág. 29

#### *4.3.2. La tendencia*

Obviamente el discurso tiene una tendencia religiosa. Por lo tanto el desarrollo del tema incluye elementos idealistas que apelan a la conciencia de los receptores. Pero la tendencia religiosa empleada no es solamente subjetividad toda vez que moviliza hacia una praxis consecuente.

Finalmente el discurso refuerza el sentimiento de cohesión religiosa entre los receptores del mensaje, desafiándoles a ser distintos de los demás. En este sentido el receptor debe acatar las responsabilidades impuestas bíblicamente para permanecer como parte del grupo, congregación o iglesia.

#### *4.3.3. Las pautas*

Las premisas del discurso son mejor establecidas y desarrolladas por el emisor del discurso religioso. Este reconoce abiertamente que la temática surge de presupuestos llamados: Las necesidades de la congregación (los receptores). Esto significa que las pautas que el discurso seguirá son marcadas por la observación constante que el emisor tiene sobre los creyentes. Una vez las pautas están establecidas inicia el proceso de tratamiento del tema.

Se asume entonces que la temática expuesta en el discurso religioso evangélico pentecostal nace en el seno de la congregación, se desarrolla en el seno de la congregación, y se practica en ese mismo entorno.

#### *4.3.4. Los valores*

Según los emisores del discurso religioso evangélico, la razón de comunicar este tipo de mensaje es lograr el cambio de actitudes y comportamiento de los oyentes. Los emisores también afirman que el objetivo es edificar, exhortar y confortar, esto es, promover el

crecimiento en la fe, motivación hacia ciertas acciones y solidaridad en situaciones difíciles de los creyentes.

Obviamente los valores son modificados de acuerdo a las pautas y la temática a desarrollar en cada oportunidad de emitir el discurso. Aca se evidencian los objetivos de la persuasión del emisor, quien procura ocasionar los resultados en los oyentes mediante la aplicación del discurso previamente planificado.

#### *4.3.5. Los métodos*

Los métodos para lograr los objetivos del discurso religioso evangélico pentecostal pueden variar según sean definidos los valores.

En su aplicación el discurso se imparte en las reuniones congregacionales a manera de clase magistral, donde sólo el emisor expone la información entretanto que los receptores escuchan. Generalmente en el discurso es utilizado el método inductivo, que va de lo general a lo particular. La estructura de los discursos parten de textos bíblicos y situaciones de la realidad cotidiana pero son canalizados, según el juicio del emisor, hacia la situación personal de cada oyente. En el desarrollo del mensaje se contempla una aplicación en la cual se personalizan los argumentos expuestos desde el principio. Al final del discurso existe un "llamado" en el cual se invita a los oyentes a aceptar desafíos y tomar decisiones a partir del discurso expuesto.

#### *4.3.6. Las técnicas*

Como se ha visto existen diferentes tipos de sermones, y cada uno obedece a objetivos y realidades específicas. También existen diferentes discursos que se clasifican según su relación con el texto bíblico. Con respecto a estos últimos y de acuerdo a la temática definida, el emisor puede presentar su mensaje de 3 maneras distintas: Temático,

textual o expositivo.

En los discursos analizados ha sido la manera "expositiva" la más utilizada, de hecho, es la manera "por excelencia" de presentar un sermón. El discurso expositivo se caracteriza por tomar una porción considerable de textos bíblicos para ir desprendiendo de ellos las enseñanzas correspondientes que son aplicables a la realidad de los receptores.

#### *4.3.7. Los rasgos físicos*

Los emisores que comunican el discurso religioso evangélico son personas de sexo masculino, pastores de profesión, con edad entre los 45 y 55 años, NSE: C, casados, padres de familia. Tienen estudios seculares a nivel diversificado, estudios teológicos universitarios y experiencia en magisterio cristiano.

#### *4.3.8. El actor*

Tres personajes se distinguen sobremanera en el discurso religioso evangélico. Se diferencian uno del otro, pero a la vez están íntimamente relacionados, estos son:

1. Dios, es el personaje principal alrededor del cual se desarrolla todo el mensaje. Aunque el discurso apela a realidades cotidianas y cita diversos textos bíblicos con diversos personajes, Dios es el centro, quien informa, señala, exhorta, denuncia, motiva o consuela a los oyentes. Partiendo de este actor principal el discurso religioso evangélico pentecostal toma una tremenda autoridad que despierta en los oyentes un sentimiento reverente.

2. El predicador (emisor del discurso), es el intérprete de Dios, el mediador entre lo que Dios expresa y los hombres. A través de él los oyentes pueden oír a Dios y, en consecuencia, accionar conforme a lo que es aceptable. Por tal razón el emisor hace lo que hace en el nombre de Dios, o sea, con el aval de él.

3. La iglesia, ocupa un tercer lugar en el desarrollo del tema porque es la receptora de todas las intenciones de Dios, pero también es la ejecutora de lo que éste demanda

sobre esta tierra.

#### *4.3.9. La autoridad*

El emisor del mensaje evangélico transmite cada punto de la estructura del tema bajo la autoridad divina. Su posición como líder máximo de la reunión connota la potestad que tiene para hablar en nombre de Dios. Es dado por hecho, por parte de los oyentes, que es la Palabra de Dios la que el emisor les transmite, que no es la palabra producto de la inventiva personal del predicador.

La autoridad adjudicada al discurso y al emisor hacen de este fenómeno comunicativo una experiencia muy particular. Aunque muchos oyentes planteen en algún momento alguna inconformidad con respecto al discurso, no dejan de someterse a él, pues lo reconocen como un acto donde Dios participa.

En este sentido el discurso religioso puede tornarse una herramienta de comunicación poderosa para persuadir, controlar o manipular a las masas. Vaste recordar los acontecimientos históricos relacionados con el discurso religioso que han llevado a grandes grupos al accionar irracional y desenfrenado que ha causado tragedias lamentables.

#### *4.3.10. El origen*

Los emisores del discurso religioso evangélico, como se enfatiza en los razgos físicos, son los pastores de las iglesias donde se emiten dichos discursos. Ellos generan el discurso desde su concepción, propósito, estructura, hasta su exposición. Para ello han sido capacitados en instituciones teológicas con programas de formación de pastores. Especialmente son capacitados mediante el curso de "homilética"<sup>46</sup>, para todo lo que

---

<sup>46</sup> La Homilética se ha definido tradicionalmente como la ciencia de la predicación. Orlando Costas la define como un proceso de comunicación a la luz de los cuatro elementos fundamentales de la comunicación: comunicador, mensaje, receptor y ocasión. (Costas, Orlando. *Op. Cit.* Pág. 36, 37)

concierno a la exposición del mensaje evangélico dentro de sus iglesias.

#### *4.3.11. El grupo*

Los receptores a quienes va dirigido el discurso religioso está constituido mayormente por personas de religión evangélica, miembros oficiales de la iglesia a donde acuden a congregarse. Los receptores fortalecen su cohesión al grupo mediante su frecuente asistencia a las actividades establecidas por el líder de grupo.

También participan activamente en el cumplimiento de los objetivos a nivel de grupo, involucrándose en los diferentes quehaceres asignados o privilegios<sup>47</sup> orientados principalmente a la difusión del evangelio entre los no cristianos. Son hombres y mujeres entre 15 y 70 años, con nivel primario como educación promedio, NSE: C.

Eventualmente el grupo es integrado por algunas personas no evangélicas ni miembros oficiales de la iglesia. Estos son considerados como "invitados" a quienes, después de oír el discurso, se les hace un llamado para ser parte del grupo mediante una confesión de fe<sup>48</sup>.

#### **4.4. Aplicación persuasiva en el discurso religioso evangélico pentecostal**

Según la opinión de los principales emisores del discurso religioso evangélico, conocen el recurso de la persuasión para la comunicación de mensajes y hacen uso de él en la exposición de los mismos.

Aplican la persuasión en los discursos para provocar en los receptores

---

<sup>47</sup> En el ambiente cristiano evangélico, "los privilegios" son las actividades que oficialmente se le permite realizar a determinados creyentes, tanto fuera como dentro de la congregación.

<sup>48</sup> La confesión de fe es la práctica evangélica mediante la cual una persona confiesa recibir a Jesucristo como su Salvador. A partir de esta confesión la persona se integra al grupo y a la religión evangélica.

modificaciones en sus actitudes, opiniones y comportamiento cotidiano; esto es, en la familia, el trabajo, los estudios, las finanzas, relaciones sociales, etc. De hecho, los objetivos pretendidos por los generadores del discurso giran en torno al cambio de vida de los receptores según son considerados necesarios para cumplir con lo instituido por Dios en la biblia.

El grupo de receptores ha manifestado, para importancia del discurso, modificaciones en sus actitudes, opiniones y comportamientos. Estas manifestaciones de los efectos de los discursos han sido de alguna manera identificables por los emisores, viendo la evolución que algunos creyentes experimentan al atender el mensaje.

Cada semana el discurso es transmitido al mismo público receptor en dos o tres oportunidades, por lo tanto, existe una metodología planificada de persuasión en los mensajes. Esto significa que estratégicamente los emisores no repiten el mismo discurso sino que planifican temáticas generales a las cuales se les da continuidad en cada reunión. Esto implica que cada miembro frecuente en la iglesia estará siendo influido constantemente por un mismo tema y sus diferentes implicaciones prácticas. Cada oyente podría recibir hasta 144 discursos religiosos en un año. Este sistema de exposición de discursos garantiza reforzar un mismo contenido tantas veces como sea necesario en la humanidad de los receptores.

Para los receptores el discurso religioso evangélico que reciben constantemente "afecta sus vidas positivamente", siempre y cuando ellos tengan una disposición abierta al mensaje. Según ellos, una vez la persona es influenciada por la palabra de Dios empiezan los cambios en sus vidas. De acuerdo a esto los receptores afirman que el discurso les ha cambiado "totalmente la vida", provocando en ellos ser mejores ciudadanos, padres, hijos, esposos, cristianos, etc.

#### **4.4.1. La persuasión y la personalidad del receptor**

La personalidad del ser humano es influenciada por la persuasión en tres órbitas diferentes: las actitudes, las opiniones y el comportamiento.<sup>49</sup>

Las actitudes, es el área donde la persuasión prepara el terreno para las acciones futuras del receptor. Las opiniones, es donde la persuasión genera respuestas concientes al mensaje captado, influenciadas o no por las actitudes. El comportamiento es donde la persuasión busca mantener, reforzar o cambiar la conducta de las personas. Esta última órbita del comportamiento es el objetivo primordial de todos los mensajes persuasivos, aunque para lograrlo utilicen técnicas y métodos distintos. El caso del discurso religioso evangélico no es la excepción. Este busca influenciar la personalidad de sus receptores en las tres órbitas mencionadas. Y según la opinión de sus emisores y receptores, lo ha logrado eficientemente.

Las actitudes de los receptores demuestra un predisposición abierta al contenido del mensaje. Los mismos oyentes afirman que al tener una disposición abierta al mensaje este afecta sus vidas positivamente. De eso dan fe diciendo que el mensaje ha transformado su forma de pensar, actitudes, paradigmas, percepciones, etc. Esto se evidencia cuando en el desarrollo de la exposición del discurso los oyentes adoptan una actitud reverente y vuelcan su atención totalmente a las palabras expuestas.

Las opiniones influidas por el discurso religioso evangélico se hacen palpables en los diferentes ámbitos de la vida de los receptores.

Luego de someterse constantemente al discurso religioso, el receptor sustituye su antigua perspectiva de la realidad por una nueva perspectiva, ética, moral y religiosa.

---

<sup>49</sup> Maletzke. Op. Cit. Pág. 269

Es parte de los miembros de la iglesia evangélica pentecostal reproducir el mensaje evangélico como una estrategia de expansión. En esta práctica "evangelística" el receptor del mensaje toma lugar de emisor del discurso reproduciéndolo hacia otras personas no evangélicas. Entonces se manifiesta la formación de las opiniones, actitudes y comportamiento que el discurso ha logrado.

El comportamiento es el elemento que valida la definición de las actitudes y opiniones. Como ya se ha mencionado, el emisor del discurso religioso evangélico pentecostal conoce recursos persuasivos y los aplica para generar cambios en el comportamiento cotidiano de sus receptores. Estos últimos afirman que el discurso ha cambiado y cambia positivamente su comportamiento.

El discurso mismo hace un fuerte llamado a los receptores a diferenciarse del "mundo"<sup>50</sup> por medio de un buen testimonio personal. Esto implica un comportamiento coherente al contenido del discurso. Por esto todo creyente se ve obligado a cuidar su comportamiento tomando en cuenta los parámetros bíblicos, de lo contrario se expone a la amonestación y hasta la exclusión de sus derechos como miembro de la iglesia.

Definitivamente la personalidad de los receptores del discurso religioso evangélico se ve afectada por este. Emisores y receptores del mismo lo evidencian al apreciar, los estados originales de las personas, el proceso y la transformación que en ellos ocurre con el correr del tiempo.

#### **4.4.2. Gradación persuasiva**

En la persuasión existen tres grados persuasivos para cambiar las actitudes, opiniones y comportamiento.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> En el ambiente evangélico "el mundo" es el sistema de vida contrario a la voluntad de Dios. También representa todo aquello que está fuera de la iglesia y la religión evangélica.

<sup>51</sup> Interiano, Op. Cit. 1994: Pág. 18

“El razonamiento lógico” que incluye los mensajes persuasivos dirigidos a la conciencia del individuo mediante argumentos razonables apoyados en hechos reales. “La retórica” persuade utilizando un lenguaje elegante y rebuscado. “La Manipulación”, es el mecanismo persuasivo que se sirve de técnicas especiales para alterar el espacio vital del receptor.

Evidentemente el discurso religioso evangélico persuade a sus receptores utilizando parcialmente la tendencia hacia el razonamiento lógico. Esto se refleja en el grado de atención y reflexión que el discurso provoca en el momento de ser transmitido. El público demuestra razonar el mensaje cuando expresa -como se verá más adelante- que no está completamente de acuerdo en lo que expone el emisor del discurso. Aunque en un porcentaje menor, la reflexión del público califica la información del mensaje.

La retórica es también un recurso de persuasión utilizado en el discurso religioso evangélico pentecostal. El emisor aplica un lenguaje elegante acompañado con gradaciones de voz y lenguaje kinésico que atraen y cautivan la atención de los receptores.

El emisor conoce que el correcto hablar es una herramienta necesaria para lograr sus objetivos en el comportamiento de su público. Para ello hace uso eventualmente de ciertos tropos que agregan distinción y estética al mensaje. Por ejemplo, en una de las exposiciones un predicador expresa el siguiente simil: “*La maldad es como el Alka Seltzer que sube inmediatamente*”. En otra exposición otro predicador utiliza la siguiente metáfora: “*debemos ser la sal y la luz de este mundo...*”. Aunque la retórica utilizada en este tipo de discurso aplica un lenguaje elegante, también incluye algunas expresiones populares que son claramente identificables entre los receptores. Por ejemplo, es utilizada la expresión: “*...y no es cuento*” para referirse a la veracidad de algún argumento.

El discurso religioso evangélico pentecostal se convierte manipulador desde el momento en que el emisor conscientemente planifica el mensaje para cambiar actitudes, opiniones y comportamientos utilizando las diferentes técnicas persuasivas. En este sentido el emisor presiona al público a adoptar cierta postura o de lo contrario se arriesga a quedar descalificado. En algunos casos extremos la manipulación ejercida por el emisor del discurso religioso arrastran a grandes masas de población hacia la aceptación inconsciente e irracional del contenido del mensaje. En estos casos el discurso se torna esclavizante, enajenante y victimario de los principios de libertad individual y colectiva. Especialmente bajo la sombra de la autoridad divina, el emisor del discurso puede realizar cualquier clase de atropello "en nombre de Dios", tal como en los momentos oscuros de la historia del cristianismo ha sucedido.

#### **4.4.3. Técnicas persuasivas**

El predicador evangélico que expone el discurso religioso evangélico pentecostal en alguna medida conoce y aplica diferentes técnicas de persuasión a sus receptores para lograr en ellos los objetivos predeterminados. Este conoce las preferencias que su auditorio tiene con respecto a los discursos, y sabe identificar el tipo de recepción que dicho auditorio tendrá hacia su sermón.

En el desarrollo del discurso presenta diferentes ideas y proposiciones que conducen la atención y reflexión de los receptores. En este sentido un mismo discurso incluye diferentes técnicas de persuasión dependiendo del tema y el texto bíblico sobre el que se desarrolla. Algunas de las técnicas persuasivas se tratarán a continuación.

##### **4.4.3.1. La sugestión**

Entendida como la técnica persuasiva que propone la aceptación de un argumento sin someterlo a crítica alguna, es un recurso utilizado en el discurso religioso evangélico

pentecostal, ejemplo de ello son las siguientes porciones de los discursos analizados:

*"...cuando yo pensaba en esto el Señor me llevó precisamente a este pasaje y allí encuentro yo que el Señor revela o presenta el eterno problema del hombre".*

*"...yo se, sin ser profeta, que juicios vienen sobre este país".*

*"...Pero Dios nos llama a hablarle al malvado, Dios nos llama a frenar la maldad, es nuestra responsabilidad".<sup>52</sup>*

*"...Dios te dice hoy que quiere gente diferente, quiere gente que se distinga, gente con actitudes positivas, gente que alumbre en medio de las tinieblas, gente de éxito."*

*"...hoy quiero predicar un mensaje que posiblemente a muchos no les guste pero cuando Dios pone algo en el corazón hay que hacerlo."<sup>53</sup>*

Todos estos argumentos expuestos por los predicadores poseen un elemento común: "el prestigio de la máxima autoridad que es Dios". Este es el manto de fondo que valida en gran medida el contenido del discurso.

Indirectamente se transmite a los receptores que la información que se les imparte proviene del Señor y que ha sido puesta en la persona del emisor para ser dosificada a la feligresía. Por lo tanto, ni lo que el Señor comunica, ni lo que el emisor transmite, deben ser catalogados a la ligera como una información más, puesto que ambas cosas son de procedencia divina.

El predicador gana prestigio junto a su mensaje al afirmar que el Señor le guía en la biblia, le revela sus secretos, le indica lo que él quiere de los demás, le especifica lo que es de su agrado, etc.

---

<sup>52</sup> Jaime Contreras, Sermón. 22 de enero, 2006.

<sup>53</sup> Marco A. Martínez, Sermón. 25 de enero, 2006.

La técnica de la sugestión en la comunicación persuasiva del discurso religioso evangélico puede prestarse para anular el criterio del auditorio. En este contexto, donde la fe ocupa un lugar preponderante, cuestionar o analizar la predicación puede significar descalificación de los oyentes.

#### 4.4.3.2. El temor

Como técnica de persuasión el temor inyecta miedo y preocupación en las personas. El discurso religioso evangélico pentecostal incluye esta técnica persuasiva en las siguientes expresiones:

*"...cuando la maldad llega a sus límites ¿qué hace Dios?. Viene Dios y castiga, y eso puede verlo en toda la historia bíblica".*

*"...no se asuste si de aquí a algunos días hay un terremoto, pero es que la maldad ha revasado".<sup>54</sup>*

*"...es importante, en estos últimos tiempos, diferenciarnos del mundo".*

*"...porque dice tu palabra (Dios) que sin santidad nadie te verá y que separados de tí nada podemos hacer".<sup>55</sup>*

En esta selección de expresiones propias del discurso religioso evangélico es notoria la carga atemorizante que se impone sobre los receptores. Se hace referencia al temor provocado por el advenimiento de juicios divinos o castigos que generan un estado de inseguridad ante el devenir de los acontecimientos, estado que podría desencadenar una sicosis colectiva. Por otro lado se refuerza el temor que provoca la idea de ser desaprobado por Dios.

---

<sup>54</sup> Jaime Contreras, *Op. Cit.* 2006

<sup>55</sup> Marco A. Martínez, *Op. Cit.* 2006

De cualquier forma el temor inducido de una manera indirecta en el discurso aporta un estado de tensión en los oyentes. Para solventar este estado el oyente debe atender y practicar las recomendaciones que el mismo discurso propone. Es decir que todos los aspectos atemorizantes son usados como elementos de refuerzo previos a las soluciones definitivas que presenta el emisor del discurso. De esta manera puede conseguirse un alto nivel de cohesión entre los participantes de la comunicación en el ambiente pentecostal.

#### *4.4.3.3. Palabras emocionalmente cargadas*

Estas son usadas también como una técnica persuasiva en el discurso pentecostal. Son las expresiones que evocan una fuerte reacción emocional en los receptores. A continuación algunos ejemplos:

*"...usted es un hijo de Dios y por ende un siervo de Dios".*

*"...Dios quiere salvar muchas vidas, pero si yo no voy ¿quién lo hará?".<sup>56</sup>*

*"...hay una gran diferencia entre el mundo y nosotros porque en nosotros está el Santo Espíritu de Dios".*

*"...este mundo está esperando que tú te levantes y hables ese mensaje de salvación".<sup>57</sup>*

Como puede notarse en las expresiones anteriores el elemento emotivo es explotado ampliamente. El contenido de las expresiones apela a las emociones de los receptores provocando en ellos la simpatía del discurso y la aceptación de los argumentos del mismo.

El emisor del discurso religioso evangélico conoce las máximas aspiraciones a las que pueden acceder los receptores en materia de religión, y es allí a dónde dirige el estímulo. Las palabras emocionalmente cargadas son estructuradas por el emisor de

---

<sup>56</sup> Jaime Contreras, Op. Cit. 2006

<sup>57</sup> Marco A. Martínez, Op. Cit. 2006

acuerdo a sus objetivos principales. Para el receptor es más factible digerir la información que presenta quien conoce sus aspiraciones, quien le apoya en el alcance de ellas y le elogia en su posición dentro del grupo.

#### *4.4.3.4. Mensajes de uno y dos puntos de vista*

Esta técnica persuasiva implica la proposición de dos o más puntos de vista sobre un problema o producto, figurando así una aparente libertad de decisión para los receptores. A continuación enumeramos algunas de las expresiones de uno y dos puntos de vista dentro del discurso pentecostal:

*"...algunos libros dicen que el libro de Jonás no es una historia sino que es un material didáctico para tener enseñanzas, para poder meditar en ellas, que son alegorías, pero que no es una historia. Pero Jesús habló de Jonás, y si yo le creo a Jesús debo creer en ese libro".*

*"...el que quiera huir de la presencia del Señor no está decidido. El que quiera hacer la voluntad de Dios de veras, venga aquí y vamos a orar".*

*"...algunos comentaristas dicen que no se sabe exactamente dónde estaba Tarsis, algunos la sitúan al occidente de España, es decir que buscó Jonás la ciudad más lejana".<sup>58</sup>*

En estas porciones del discurso se evidencia cómo el emisor elabora expresiones persuasivas de uno y dos puntos de vista. Regularmente plantea opciones acerca de un tema determinado, opciones entre las que aparentemente se puede decidir, pero que quedan desechadas ante la opción que él ha elegido como la mejor. Esta última opción es la que el emisor espera que el receptor acepte sin discusión. Esto refleja al mismo tiempo, la utilización alterna de la técnica de la sugestión en los mensajes de uno y dos puntos de vista.

---

<sup>58</sup> Jaime Contreras, *Op. Cit.* 2006

#### 4.4.3.5. El rumor

Como técnica de persuasión es una deformación de la información apoyándose en versiones falsas o verdaderas. Ejemplos de esta técnica son los siguientes:

*"...no es posible que un país donde el 33% se proclame evangélico, existan este tipo de situaciones (de violencia)".*

*"...yo creo que cada uno de nosotros que lee los periódicos, que escucha las noticias, sabe perfectamente el clima social en el que nos estamos moviendo".<sup>59</sup>*

*"...yo no concibo como Yuri se dice ser cristiana, no concibo como Ricardo Montaner dice ser cristiano. Hoy tengo un concierto cristiano y mañana uno del mundo (eso no puede ser)".<sup>60</sup>*

Analizando los mensajes aquí citados se evidencia que el emisor elige cierta información para interpretarla y luego proponer otra información ajustada a los propósitos de su comunicación.

En cuanto a la veracidad de la información se puede señalar, en el primer caso, que no hay un 33% de evangélicos en Guatemala sino un 25.27% según la fuente más reciente<sup>61</sup>. Para efecto de transmitir el argumento esa diferencia no impide que el emisor exprese el contraste deseado. En el tercer caso también se parte de cierta información popular que es abiertamente manipulada por criterio personal para enfatizar determinado tipo de actitudes erróneas dentro de los evangélicos.

Muchas veces los receptores reciben los rumores como la versión verdadera de los acontecimientos, especialmente si los dice la máxima autoridad del grupo.

---

<sup>59</sup> Jaime Contreras, *Op. Cit.* 2006

<sup>60</sup> Marco A. Martínez, *Op. Cit.* 2006

<sup>61</sup> *Op. Cit.* SEPAL, Pág. 1

#### **4.4.4. La perspectiva psicológica de la persuasión**

Todo acto comunicativo que busca persuadir al receptor tiene probabilidades de influir en el comportamiento de éste. Esto indica que la persuasión es una acción con implicaciones psicológicas.<sup>62</sup> Desde el momento que el emisor-persuasor define un objetivo relacionado con las actitudes, opiniones y comportamiento de sus oyentes, su mensaje representa un instrumento transformador de personalidades.

En la presente investigación ha podido comprobarse esta implicación psicológica que la comunicación persuasiva tiene. En especial el discurso religioso evangélico pentecostal. Abiertamente los emisores de dicho discurso afirman tener como objetivo de sus mensajes, el cambio de actitudes y comportamiento en los oyentes. Es para ello que son definidos temas específicos, de acuerdo a las necesidades de los oyentes, luego son estructurados y por último expuestos. En definitiva, entonces, el discurso religioso evangélico pentecostal es un instrumento psicológico que tiende a cambiar o reforzar el comportamiento individual y social.

Una de las teorías psicológicas que se pronuncian al respecto del cambio de actitudes es la "Teoría del aprendizaje". Esta teoría afirma que toda persona puede ser sometida a un cambio de actitudes, cuando existe previa planificación de dicho cambio sobre las necesidades y expectativas de dicha persona. Esto se explica en la fórmula  $\Xi$ O.R.R. (Estímulo, Organismo motivado, Respuesta, Recompensa). A continuación se enumerarán estos cuatro elementos de la teoría del aprendizaje a la luz del discurso religioso evangélico pentecostal.

##### **4.4.4.1. Estímulo**

Es el elemento visual, olfativo, táctil, auditivo o gustativo que va dirigido a los sentidos para provocar en ellos excitación. Los estímulos representan las metas del persuasor. Este

---

<sup>2</sup> Interiano, Carlos. *Elementos de persuasión*. 2a. edición. Pág. 35

espera presentar estímulos tan fuertes para los receptores de tal manera que estos no puedan esquivarlos y se vean obligados a responder a dichos estímulos.

El persuasor del discurso religioso evangélico pentecostal también elabora un mensaje con una carga de estímulos a los cuales muchas veces sus receptores responden de manera manifiesta. Un apoyo importante para la carga de estímulos que su mensaje contiene es la interpretación de la revelación bíblica. Esta es capaz de motivar con mucha fuerza las respuestas del público puesto que se presenta como la voz directa de Dios hacia los hombres.

#### 4.4.4.2. *Organismo motivado*

Es la respuesta que los diferentes estímulos despiertan en la persona. Los motivos o necesidades pueden ser *primarios* (comer, beber, dormir, sexo, etc.) o *secundarios* (gusto, confort, prestigio, pertenencia, etc.).

El persuasor que motiva un organismo o necesidad conoce previamente cuál motivo es relevante para el receptor, prepara mensajes que apelen a ese motivo, y conoce el momento propicio en el cual el oyente reaccionará.

En la presente investigación los receptores del discurso religioso evangélico pentecostal aseguran que el mensaje que reciben les ha ayudado a satisfacer las necesidades en las diferentes áreas de sus vidas. Especialmente cuando sus vidas manifestaban necesidades existenciales redundantes en insatisfacción personal, malas relaciones interpersonales, confusión, etc.

#### 4.4.4.3. *Respuesta*

Es el mensaje de salida que se produce luego de la motivación de un organismo.

Este es el objetivo principal de todo persuasor. Que sean manifiestas las acciones correspondientes a los estímulos transmitidos.

El discurso religioso evangélico pentecostal provoca -como se verá adelante- respuestas diferentes en los receptores. Respuestas que representan el cumplimiento de los objetivos del persuasor. Obviamente no siempre los receptores responden de la manera esperada ante los estímulos. De manera especial este fenómeno de la comunicación genera respuestas en las actitudes, opiniones y comportamiento de los oyentes, en la vida entera de los mismos. Algunas de esas respuestas son: cambio de vocabulario, prudencia en la administración financiera, modestia en la apariencia personal, mejora de las relaciones sociales, mayor cohesión al grupo, etc.

#### *4.4.4.4. Recompensa*

Es la gratificación implícita en la respuesta a los estímulos presentados. Es la ganancia asociada a las acciones emprendidas a partir de los estímulos. En relación con el discurso religioso evangélico pentecostal las recompensas de los receptores se traducen en: Salvación, paz, pertenencia al grupo, perdón, sabiduría, conocimiento, etc.

La recompensa ofrece garantías para que el acto estímulo-respuesta sea bien aceptado y repetido voluntariamente. Así se explica la tremenda fuerza de cohesión que se desarrolla al interior de las iglesias evangélicas pentecostales. Las personas se sienten gratificadas y eso les motiva a repetir su participación en el acto comunicativo religioso. Es más, los receptores dan fe de la efectividad del mensaje y lo proclaman a otras personas como una solución a los problemas existenciales.

## **4.5. El discurso religioso evangélico pentecostal y el cambio de vida de los receptores**

### **4.5.1. Resultados de la aplicación metodológica**

El presente apartado contiene la descripción de los resultados de la investigación. Se ha analizado el discurso religioso evangélico pentecostal y sus aspectos persuasivos en función del cambio de vida de los receptores. Para ello se han aplicado las técnicas de la observación dirigida, entrevista de los emisores -pastores- y grupos focales -receptores-. A partir de estas indagaciones se ha interpretado esta clase de comunicación persuasiva desde la perspectiva del observador, del emisor y del receptor.

### **4.5.2. La perspectiva del observador**

La observación se ha realizado en el lugar donde se da el acto comunicativo en cuestión: La iglesia evangélica pentecostal. Se ha analizado el fenómeno desde el contenido verbal y no verbal y para ello se ha grabado el mensaje expuesto a fin de analizarlo una y otra vez. También se han hecho importantes anotaciones en el momento de la exposición del mensaje.

Es importante recalcar que se ha observado que la reacción de los receptores es de concentración y atención plena ante el discurso religioso impartido. Esto presupone, como se ha dicho anteriormente, la disposición reverente y el asentimiento del público para con dicho discurso.

Ante la observación del acto comunicativo, del emisor y especialmente de los receptores, se evidencian actitudes, opiniones y comportamientos comunes en el grupo religioso. Los resultados de esto se han incluido en la sección del análisis del discurso religioso evangélico pentecostal.

#### **4.5.3. La perspectiva del emisor (Pastor)**

Esta se ha podido registrar mediante la aplicación de entrevistas con los pastores que son los emisores titulares del discurso religioso evangélico pentecostal. En ellas se ha podido recopilar información importante como la procedencia de la temática de los discursos, su planificación y estructura. Pero lo más importante de la indagación se refiere a los objetivos pretendidos por el emisor, el uso que hace de la persuasión y los efectos que potencialmente pueden desarrollarse en los receptores.

Desde la perspectiva del emisor, el discurso religioso evangélico pentecostal surge de juzgar las mismas necesidades que presentan los receptores ante la sociedad en la que se encuentran.

Su objetivo como comunicador del discurso religioso evangélico pentecostal está orientado a cambiar las actitudes y comportamientos de sus oyentes. Para ellos planifica y estructura sus discursos sistemáticamente, incluyendo en ellos el recurso persuasivo que se adapte mejor a la ocasión. El resultado de esta pronunciación del emisor se hace evidente en las respuestas de los receptores. Estos manifiestan los cambios esperados -aunque no todos- en los diferentes ámbitos de sus vidas. Los emisores dan fe de las transformaciones sucedidas en muchos de los receptores del mensaje. Más de esto se puntualiza en la sección de la sustancia del discurso.

#### **4.5.4. La perspectiva del receptor**

Esta surge de la práctica investigativa de grupos focales aplicada sobre los receptores constantes del discurso religioso evangélico pentecostal. Este estudio se realizó inmediatamente después de la exposición del discurso.

Se pudo constatar la anuencia y credibilidad que los oyentes otorgan al discurso. Incluso en el momento de la recopilación de la información, algunas personas parecían realizar una apologética del mensaje expuesto por el Pastor.

También es importante para este estudio que los receptores se refieran al discurso como un instrumento divino que ha generado cambios "en todo", es decir, todas las áreas de su vida. No hay duda manifestada en los receptores de que la predicación ha sido efectiva para sus vidas puesto que les ha orientado a ser mejores ciudadanos, padres, hijos, esposos y cristianos. Ha venido a cambiar para bien la forma de pensar, las percepciones, las actitudes, el trabajo y las conversaciones.

A continuación se enumerará diferentes parámetros acerca de los cuales fueron indagados los receptores. En consenso de grupo focal, aca se incluyen las opiniones de los receptores del discurso.

#### *4.5.4.1. El discurso y el vocabulario*

Los receptores dan fe de que el discurso religioso evangélico pentecostal ha influido en ellos cambiando o transformando la forma de hablar en todo lugar. Específicamente han sido cambiadas las expresiones vulgares que se frecuentaban pronunciar anteriormente. Pero también se mencionó que después del discurso el vocabulario de los miembros se ha enriquecido. Esto es evidente cuando al dialogar con los miembros receptores utilizan diversas expresiones comunes de procedencia bíblica.

#### *4.5.4.2. El discurso y los hábitos de consumo*

La influencia del discurso religioso evangélico pentecostal en los hábitos de consumo de los receptores se manifiesta -según su opinión- en la responsabilidad administrativa que se requiere para no caer en el desorden del consumismo. El discurso les ha enseñado a

realizar un presupuesto económico y a diezmar y ofrendar para sostener a la iglesia.

Por otro lado el discurso ha orientado a usar prudencia ante los ofrecimientos del mercado, especialmente los que parecen tan atractivos pero que redundan en compromisos económicos no planificados. Especialmente se enseña el actuar por la fe y dependencia de Dios en relación con las necesidades que se presentan.

#### *4.5.4.3. El discurso y los valores*

La opinión de los receptores con respecto a este punto es que el discurso religioso evangélico pentecostal definitivamente sí influye en sus vidas cambiando conductas y orientando a adoptar, mantener y fomentar los principios y valores bíblicos.

También se hace referencia a la influencia del discurso especialmente en la práctica de los valores para con el prójimo en la sociedad. En esto el discurso también ha logrado cambiar las malas relaciones que antes se practicaban con los demás.

#### *4.5.4.4. El discurso y el vestuario*

En esto también el discurso religioso evangélico pentecostal ejerce influencia según la opinión de los receptores. A diferencia de lo que sucede en otras denominaciones evangélicas, el discurso les ha orientado a vestir con modestia apartándose de lo provocativo e indecente. Esta influencia es reforzada por la tendencia del discurso a llamar a los receptores a distinguirse de los demás.

Asimismo les ha enseñado a no participar de las constantes modas que se presentan en el vestuario, el peinado, cosméticos, etc. Con respecto a esto último, pudo observarse cierta contradicción en algunos receptores puesto que presentaban un vestuario y peinado con tendencia a la moda actual. Es un hecho que no existe ningún requerimiento de

vestuario específico, sino solamente regulaciones en cuanto a vestirse sin excesos provocativos.

#### *4.5.4.5. El discurso y las relaciones sociales*

Los oyentes del discurso confirman que éste les ha persuadido a cambiar en sus relaciones sociales. De acuerdo con esto las personas son dirigidas a entablar sanas relaciones con sus semejantes. Esto significa que se insiste en acciones como la amabilidad, el respeto, la comprensión, la fidelidad, etc. De hecho el discurso motiva a un tipo de relación proactiva en donde el receptor evangélico debe ver a los demás como un objetivo por alcanzar. Esto implica que las personas cuiden de dar buen ejemplo a los que no practican la religión evangélica.

En cuanto a la familia se enfatiza cultivar una buena relación entre los integrantes de la misma de una manera prioritaria. Esto implica afecto, aceptación, comprensión y diálogo entre los miembros del hogar.

#### *4.5.4.6. El discurso y la economía*

El papel del discurso religioso evangélico pentecostal en aspectos económicos de la vida del receptor es instructivo-correctivo. El discurso sostiene que todo el dinero y la plata pertenenece a Dios y que él la da a quien quiera hacerlo. Especialmente es proveedor de quienes esperan en él.

Como principio se previene acerca del excesivo afán por el dinero y las riquezas. Esto porque el afán genera desequilibrios en la vida de las personas y les hace perder de vista la importancia de depender de la provisión divina. Por aparte el discurso les enseña a ser "buenos administradores" de los bienes económicos que Dios les permite, pues esto es acepto por Dios mismo. Parte de esa enseñanza consiste en la realización de presupuestos

económicos familiares para no excederse en los gastos. Un buen administrador debe también procurar la mayor productividad de su trabajo, su tiempo, sus aptitudes, etc.

Existe énfasis en la necesidad de cumplir con el mandato de diezmar la décima parte de los ingresos económicos para poder acceder a un estado de prosperidad integral provisto por Dios como una señal de su bendición. Además es parte de la responsabilidad del receptor contribuir de esta manera y con las ofrendas en los gastos de sostenimiento de la iglesia.

#### *4.5.4.7. El discurso y la afiliación política*

Los receptores del discurso religioso evangélico aprenden a reconocer a las autoridades políticas que operan en el país como autoridades puestas por Dios para el servicio de la sociedad. Esto implica que es responsabilidad del creyente apoyar y orar por todos los funcionarios del gobierno y las instituciones del orden civil.

El discurso manifiesta un rostro apolítico, en el sentido de que no se obliga a los fieles a preferir ningún movimiento político. Puede, eso sí, informar a los receptores acerca de las opciones existentes, pero se deja a criterio personal del oyente la afiliación especialmente en época de elecciones presidenciales. El discurso promueve el cumplimiento del derecho del sufragio como una responsabilidad ciudadana.

El discurso religioso evangélico pentecostal, visto desde otro punto de vista, al manifestarse apolítico indirectamente define su postura de reforzamiento del actual sistema político social del país.

#### *4.5.4.8. El discurso y la cohesión religiosa*

Entendiendo la cohesión religiosa como la fuerza que unifica al grupo religioso o

iglesia, los receptores afirman que el discurso llama constantemente a fortalecer la unidad de los integrantes del grupo.

*"La palabra de Dios motiva a congregarse"*, es una expresión de los oyentes. Eso significa que los receptores deben permanecer e involucrarse constantemente en los programas establecidos y desarrollados de la iglesia para cumplir así con el requerimiento de Dios.

También se motiva a los oyentes a ser fieles a la misión, a establecerse en ella, a trabajar y contribuir para que ésta se desarrolle. Ser parte de la misión o miembro de la iglesia implica que la persona debe someterse a los estatutos de la misión que son enseñados en su debido momento.

Con respecto a las personas que aún no son parte oficial de la iglesia pero que asisten a ella eventualmente, el discurso deja a voluntad personal el integrarse oficialmente o no a la misma.

#### *4.5.4.9. El discurso y la educación*

El discurso religioso evangélico pentecostal ejerce una función motivadora de los receptores a fin de que se integren en un programa de educación formal para que así puedan lograr una superación académica.

Eventualmente se informa a los oyentes acerca de las opciones de formación secular o teológica que ofrecen los diferentes centros de educación de la ciudad.

#### *4.5.4.10. El discurso y la interpretación de los receptores*

Los receptores del discurso religioso evangélico pentecostal realizan su propia

interpretación del discurso. Esta interpretación se resume en una serie de frases e ideas claves de orden imperativo que refleja la percepción del oyente. Es importante que no se interpreta el discurso en función de su contenido histórico-teológico sino en función de su aplicación práctica para la vida cotidiana.

Con respecto a los discursos analizados para esta investigación, los receptores indican lo que interpretan de éstos en las siguientes expresiones reproducidas textualmente:

- Responsabilidad en llevar la palabra.
- Obediencia a la palabra.
- Amor al prójimo.
- Nuestra indiferencia propicia el juicio para otros.
- Debemos ser diferentes al mundo.
- Debemos marcar la diferencia.
- Debemos demostrar que con Cristo se es feliz.
- Debe haber un cambio de pensar y de vestir.
- Se debe ser ejemplo.
- Se debe ser responsable.
- No hay que imitar al mundo.
- Hay que dar un buen testimonio.
- No se puede servir a dos señores.
- Se necesita un cambio de conducta total.

Hay que notar que en estas expresiones interpretativas del discurso, no se hace referencia a aspectos teológicos o históricos solamente, sino que se formulan acciones aplicables en la cotidianidad.

#### *4.5.4.11. El discurso y la aplicación de las enseñanzas*

Si bien todos los receptores tienen acceso a recibir el discurso religioso evangélico pentecostal y a emitir una interpretación acerca del mismo, queda aún por conocer si el discurso ha generado una aplicación práctica en los que lo han escuchado.

Indagar acerca de la aplicación del discurso en la vida de los oyentes puede generar respuestas pre-elaboradas que contribuyan a la protección de una imagen personal del oyente. De cualquier forma los receptores confirman que aplican las enseñanzas de la biblia en su hogar, luego que han sido tomadas del discurso. Lo hacen por un lado, transmitiendo el mensaje recibido a los familiares que aún no son cristianos. Por otro lado, aplican las enseñanzas del discurso para mostrar un comportamiento o testimonio que se demuestre atractivo para los familiares que aún no frecuentan la iglesia.

Los receptores consideran que la aplicación del mensaje en el hogar es una responsabilidad, principalmente de los padres de familia, que tienen la tarea de instruir a sus hijos.

#### *4.5.4.12. El discurso y su aprobación*

En este estudio se ha podido comprobar que, pese al esfuerzo persuasor del emisor, el receptor no es una página en blanco de la cual pueda disponerse para impregnar en ella cualquier cosa. Esto se manifiesta, en alguna medida, al considerar el criterio de los receptores con respecto al contenido de los discursos.

Es de interés que el oyente no siempre está de acuerdo en todo lo que se dice en el discurso. Esto implica que existe un análisis de lo expuesto por el emisor. Anteriormente se mencionó que el emisor goza de la autoridad divina y que su mensaje se impregna de esa autoridad, lo cual le garantiza credibilidad ante el público. Sin embargo el público no pierde

de vista el elemento humano-falible del discurso que corre por cuenta de la humanidad del emisor. De esa cuenta los receptores confiesan que no siempre están de acuerdo en todo lo que incluyen los discursos por diferentes razones, entre las cuales están:

- Algunos contenidos se salen de contexto.
- En algún momento el predicador dice algo que no se relaciona con la biblia.
- A veces el predicador está equivocado.
- Algunos aspectos no son aceptables.
- Si lo que se habla son cosas personales.

Estas expresiones textuales de los receptores demuestran que el emisor no se enfrenta a un grupo de receptores que van a validar cualquier cosa que sea expuesta. Quizás esta sea una de las razones que obligan al emisor a planificar y estructurar sus discursos de manera cuidadosa.

La carga persuasiva que el emisor impregna en sus discursos debe confrontarse a la actitud analítica que los emisores asumen en el acto comunicativo, y a las predisposiciones que estos traen desde antes de la exposición.

#### *4.5.4.13. El discurso y la vida cotidiana*

Si bien el tipo de discurso puede variar en su contenido, el receptor prefiere que se refiera a situaciones de la vida cotidiana. Esto se debe a que utilizando situaciones de la cotidianidad el mensaje es mucho más fácil de comprender, y por ende, mucho más fácil de aplicar. Los receptores aprueban esa modalidad porque históricamente fue un recurso que el mismo Jesús utilizó para transmitir sus enseñanzas.

Por otro lado, es preferible que el discurso apele a la cotidianidad porque entonces se traducen las verdades de la biblia a nuestro contexto. El receptor espera, de esta manera, que el discurso esté en estrecha relación con su realidad actual.

Al oyente no sólo le interesa lo que los personajes bíblicos hicieron, le interesa saber qué es lo que debe hacer hoy día en medio del sistema social, de los desafíos de la vida y los problemas coyunturales que le aquejan.

#### *4.5.4.14. El discurso y las preferencias del receptor*

Someterse constantemente al discurso religioso evangélico pentecostal hace que el público receptor manifieste ciertas preferencias en cuanto a la transmisión de dicho mensaje. Estas preferencias contribuyen, en alguna medida, a que el receptor se muestre más dispuesto al discurso. Algunas de esas preferencias se refieren a:

- La inclusión de bromas o chistes en el discurso
- El movimiento del predicador del discurso.
- La voz del predicador del discurso.
- El ritmo de la predicación.

En cuanto a la "inclusión de bromas o chistes" en el discurso, los receptores se manifiestan con opiniones divididas. \_ Esto es que unos aceptan la inclusión mientras que otros no. Los primeros argumentan que las bromas o chistes sanos en el discurso lo hacen más ameno, dinámico y memorable. Además creen que ese recurso ayuda a captar con éxito la atención de los oyentes. Los segundos manifiestan su renuencia porque las bromas y chistes no proceden de la biblia por lo tanto son distractores del del mensaje divino.

Con respecto al "movimiento del predicador" existe total acuerdo entre los receptores en que este no debe permanecer estático sino en constante movimiento. Los oyentes afirman que el movimiento moderado del predicador hace que su atención permanezca y no sean presa del aburrimiento y el adormecimiento. Por otro lado el movimiento es un recurso por el cual el emisor demuestra confianza y dominio de su discurso, y lo transmite a los oyentes.

En lo referente al "tono de voz" los receptores se inclinan por preferir un tono de voz elevado en la exposición del discurso para captar con más fuerza su atención. Pero consideran también que el tono debe ser variado pues en determinados momentos se requerirá disminuir el tono de voz para hacer un llamado a la reflexión.

En cuanto al "ritmo de la exposición" del discurso religioso evangélico pentecostal no hay un acuerdo mutuo en los receptores puesto que unos prefieren el ritmo lento, otros el ritmo moderado, y otros más el rápido para determinados momentos del mensaje. En cualquiera de los casos los receptores esperan que el emisor transmita su mensaje de una manera claramente entendible.

## CONCLUSIONES

1) En el presente acercamiento investigativo al discurso religioso evangélico pentecostal y su función persuasiva, se concluye que el predicador (emisor) evangélico que expone el discurso religioso evangélico pentecostal conoce y aplica técnicas de persuasión a sus receptores para lograr en ellos los objetivos predeterminados. Sus objetivos principales son reforzar o cambiar las actitudes, opiniones y comportamientos de los oyentes. Para lograrlo el emisor conoce las preferencias que su auditorio tiene con respecto a los discursos y aplica diferentes técnicas persuasivas que concuerdan con dichas preferencias.

2) En el desarrollo del discurso presenta diferentes ideas y proposiciones bíblicas que conducen la atención y reflexión de los receptores. Para ello se apoya en una serie de elementos lingüísticos y paralingüísticos particulares que le aseguran el impacto en la mayoría de sus oyentes.

3) La hipótesis de la presente investigación: *"El discurso religioso evangélico persuade a los feligreses y genera opiniones que influyen en los diferentes escenarios de su vida cotidiana"* queda confirmada, luego de la indagación en el discurso, el emisor y el receptor de este acto comunicativo.

4) En cuanto a los receptores se concluye que éstos interpretan el discurso como un fenómeno divino-humano que genera cambios "en todo", es decir, todas las áreas de su vida. No hay duda manifestada en los receptores de que la predicación ha sido efectiva para sus vidas puesto que les ha orientado a ser mejores ciudadanos, padres, hijos, esposos y cristianos. Ha venido a cambiar para bien la forma de pensar, las percepciones, las actitudes, el trabajo y las conversaciones, entre otros. Esto no significa que el receptor esté totalmente de acuerdo con todo lo que expone el emisor. Como se ha descubierto, el

receptor recibe el discurso pero lo somete a análisis personal previo a calificarlo y apropiarlo.

5) En general el discurso religioso evangélico pentecostal está instruyendo y transformando a un gran número de personas mediante sus exposiciones y mediante sus recursos persuasivos. El nivel de cohesión religiosa logrado hasta la fecha y el nivel de crecimiento de estos movimientos hablan acerca de los profundos alcances que el discurso ha tenido y sigue teniendo hasta el día de hoy.

6) El discurso religioso evangélico pentecostal, en su función predominante, en el ambiente religioso evangélico pentecostal es, sin duda, una de las causas principales por las cuales el pentecostalismo en nuestro país ha alcanzado cifras de adeptos alarmantes para cualquier otro grupo religioso. Esto implica que, en la práctica de dicho discurso a través del tiempo, ha habido un proceso de perfeccionamiento que le posesiona, hoy por hoy, como un modelo aleccionador en el empleo de la persuasión entre las masas.

## RECOMENDACIONES

Dada la importancia del discurso religioso evangélico pentecostal y la extensa red de implicaciones sociales que tiene, se recomienda.

1. A los dirigentes de las iglesias evangélicas pentecostales, continuar la investigación de este fenómeno de comunicación pero en función de los efectos psicológicos que provocan en las masas a quienes se dirigen.

2. Considerar investigaciones acerca de discursos religiosos evangélicos de otras corrientes que no sean pentecostales, para determinar cuáles son sus objetivos, sus argumentos, cuál su mecánica e implicaciones sociales.

3. Al sector político y de comunicación social, profundizar en el análisis del discurso religioso como instrumento de control político, social y económico.

## ANEXOS

### Formato de observación del discurso

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_  
Hora: \_\_\_\_\_ Evento: \_\_\_\_\_  
Emisor del discurso: \_\_\_\_\_

#### Análisis verbal

Tema del discurso: \_\_\_\_\_  
Introducción/objetivo del discurso: \_\_\_\_\_  
Registro lingüístico: Planificado \_\_\_ No planificado \_\_\_  
Registro lingüístico: Formal \_\_\_ Informal \_\_\_  
Usa significados: Denotativos \_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_  
Connotativos \_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_  
Tipo de lenguaje: \_\_\_\_\_  
Funciones predominantes del lenguaje: Emotiva \_\_\_ Referencial \_\_\_ Conminativa \_\_\_  
Fática \_\_\_ Metalingüística \_\_\_ Poética \_\_\_  
Tropos: Metáfora \_\_\_ Sinécdoque \_\_\_ Metonimia \_\_\_ Simil \_\_\_ Hipérbole \_\_\_  
El discurso apela a: Raciocinio \_\_\_ Emotividad \_\_\_  
Qué tipo de argumentos usa \_\_\_\_\_  
Apela a la vida cotidiana del receptor \_\_\_\_\_  
Existen barreras: Físicas \_\_\_ Fisiológicas \_\_\_ Semánticas \_\_\_

#### Análisis no verbal

Contexto del discurso: \_\_\_\_\_  
**Lenguaje kinésico:**  
*Movimientos (¿cuáles?/frecuencia)* \_\_\_\_\_  
*Posturas (¿cuáles?/frecuencia)* \_\_\_\_\_  
*Miradas (¿cuáles?/frecuencia)* \_\_\_\_\_  
*Gestos (¿cuáles?/frecuencia)* \_\_\_\_\_  
*Proxémica (¿cuáles?/frecuencia)* \_\_\_\_\_  
Paralenguaje: Tono \_\_\_\_\_ Ritmo \_\_\_\_\_  
Intensidades \_\_\_\_\_ Pausas \_\_\_\_\_  
Reacción de los receptores:  
Alegría \_\_\_ Tristeza \_\_\_ Indiferencia \_\_\_ Concentración \_\_\_ Interrogación \_\_\_  
Otra reacción \_\_\_\_\_  
Atención de los receptores al discurso:  
Entera \_\_\_ Momentánea \_\_\_ Pausada \_\_\_

# Guía de entrevista para Pastores

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_

Nombre de Pastor: \_\_\_\_\_

Estudios realizados: Primaria: \_\_\_\_\_ Secundaria: \_\_\_\_\_ Básicos: \_\_\_\_\_

Diversificado: \_\_\_\_\_ Universitarios: \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_

¿De dónde surgen los temas de los discursos?: \_\_\_\_\_

¿Planifica sus discursos?: \_\_\_\_\_ Como? \_\_\_\_\_

¿Cómo los estructura? \_\_\_\_\_

¿Utiliza términos claves en los mismos? \_\_\_\_\_

¿Qué objetivos pretende?: \_\_\_\_\_

¿Sabe usted qué es la persuasión?: \_\_\_\_\_

¿Hace uso de persuasión?: \_\_\_\_\_ Cómo? \_\_\_\_\_

¿Qué elementos comunicacionales usa para lograr sus objetivos?: \_\_\_\_\_

¿Qué área pretende afectar con el discurso?: emotiva \_\_\_\_\_ afectiva \_\_\_\_\_

¿Percibe usted si el discurso fue bien recibido y si persuadió?: \_\_\_\_\_

¿Cómo? \_\_\_\_\_

¿Percibe usted si el discurso fue mal recibido y si no persuadió?: \_\_\_\_\_

¿Cómo? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de discursos prefieren los receptores?: \_\_\_\_\_

¿Sus discursos han afectado las actitudes de los receptores?: \_\_\_\_\_

¿Cómo? \_\_\_\_\_

¿Reitera ideas constantemente en sus discursos? \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

¿Repite eventualmente los discursos? \_\_\_\_\_

# Guía para Grupos Focales

Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_

1. Presentación de la investigación (descripción de objetivo y metodología).
2. Definición de "Persuasión" y "Actitudes".
3. Planteamiento de la dinámica de grupo.
4. Pregunta general: ¿Cree ud. que la predicación puede afectar las vidas de los miembros?  
si\_\_ no\_\_ ¿cómo? \_\_\_\_\_

5. Pregunta general: ¿En qué ha influido el discurso religioso en su vida?

- |                               |           |              |
|-------------------------------|-----------|--------------|
| 5.1. Vocabulario              | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.2. Hábitos de consumo       | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.3. Valores y estilo de vida | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.4. Vestuario                | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.5. Relaciones sociales      | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.6. Economía                 | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.7. Afiliación política      | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.8. Cohesión religiosa       | si__ no__ | ¿cómo? _____ |
| 5.9. Educación                | si__ no__ | ¿cómo? _____ |

6. ¿En qué ha cambiado su vida el discurso religioso?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. ¿Qué mensaje interpreta del discurso de hoy?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. ¿Aplica las enseñanzas de la biblia tomadas en el discurso de hoy, en su hogar?

Si\_\_ No\_\_ Cómo? \_\_\_\_\_

9. ¿Está de acuerdo en todo lo que se dice en las predicaciones? Le agrada que el discurso se refiera a situaciones de la vida cotidiana?

Si\_\_ No\_\_ Porqué? \_\_\_\_\_

10. ¿Le agrada que el discurso se refiera a situaciones de la vida cotidiana?

11. ¿Acepta que en la predicación se incorpore bromas o chistes?

Si\_\_ No\_\_ Porqué? \_\_\_\_\_

12. Prefiere que el predicador permanezca: en movimiento\_\_ estático\_\_

Porqué? \_\_\_\_\_

13. Prefiere que el predicador use un tono de voz: elebado\_\_ disminuido\_\_

Porqué? \_\_\_\_\_

14. Prefiere que el predicador hable: rápido\_\_ despacio\_\_

Porqué? \_\_\_\_\_

15. ¿Conoce los gestos del predicador?\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

16. ¿Conoce las señas del predicador?\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

## BIBLIOGRAFÍA

Arana Dolor, Sherly Maritza. **El discurso persuasivo como elemento fundamental en la fase conciliatoria del juicio ordinario laboral.** Tesis, USAC, Guatemala, 2003.

Asociación de amigos del País, **Historia popular de Guatemala; Elecciones y partidos políticos. Religiones e iglesias.** Tomo IV. Fascículo 10. Corporación de Noticias. Guatemala, 1998.

Broadus, Juan A. **Tratado sobre la predicación.** Casa Bautista de Publicaciones, E.E.U.U. 1976.

C. Arrastia. **Teoría y práctica de la predicación.** Ed. Caribe. Miami. U.S.A. 1933.

Contreras, Jaime. Sermón. Guatemala: Templo IDEC, Cipresales Z. 6. 22 de enero, 2006. Grabación.

Costas, Orlando. **Comunicación por medio de la predicación.** Ed. Caribe. Miami, U.S.A. 1982.

Equipo SEPAL, **Notas al Pastor,** Volumen 4, Número 3, S.E., Guatemala, 2001.

Gálvez, Rigoberto. **Teología de la comunicación.** Ed. CLIE. Barcelona. España. 2001.

Interiano, Carlos. **Elementos de Persuasión.** CESCO, Guatemala, 1994.

Interiano, Carlos Humberto. **Manual del discurso político.** CESCO, Guatemala, 1995.

Interiano, Carlos. **Elementos de Persuasión.** 1a. Edición, Colección Popular, Guatemala, 1986.

Jakobson, Román. **Arte verbal, signo verbal, tiempo verbal.** Fondo de cultura económica, México, 1995.

Kung, Hans. **La Iglesia,** Herder, Barcelona. 1975.

Maletzke, Gerhard. **Psicología de la Comunicación**. 4a. Edición, Ed. Epoca, Ecuador, 1976.

Martínez, José M. **Ministros de Jesucristo (Ministerio y homilética)**. Ed. CLIE, España, 1977.

Martínez, Marco A. **Sermón**. Guatemala: Templo IDEC, Barrio San Antonio Z. 6. 25 de enero, 2006. Grabación.

Melgar, Luis A. **Compendio sobre los efectos de la persuasión**. Textos y formas, Guatemala, 2004.

Muñoz López, Alba Lily. **La Iglesia electrónica en Guatemala**. Tesis, USAC, Escuela de Ciencias Políticas, Guatemala. 1999.

Núñez, Emilio A. **Teología y Misión: perspectivas desde América Latina**. Visión Mundial. San José. C.R. 1996.

Pattison, Harwood. **The Making of a sermon**. American Baptistst Publication Society. U.S.A. 1962.

Prieto Castillo, Daniel. **Retórica y manipulación masiva**. Editorial Edicol, México, 1979.

Reardon, Kathleen K. **La persuasión en la comunicación**. Ed. Paidós, Barcelona, España, 1981.

Toussaint, Florence. **Crítica de la información de masas**. Ed. Trillas, México, 1981.

Valdizón Catalán, Byron Amado. **Análisis semiológico del discurso religioso**. Guatemala, Tesis, USAC, 1997.

Velásquez, Carlos Augusto. **Comunicación, semiología del mensaje oculto**. Guatemala, Eidos, 2004.