Capítulo VI: Conclusiones

Por opinión pública se entiende al proceso complejo que opera en base a dos fuentes: la influencia social y los medios de comunicación; estos dos factores interactúan y contribuyen para generar una mayor o menor percepción de la credibilidad en las fuentes de información o instituciones, como es el caso actual. El antecedente más importante de la opinión pública es el concepto de público. Se refiere a un grupo de individuos comprendidos como una entidad; que son capaces de reflexionar sobre las circunstancias que los rodean y de emitir juicios de valor sobre un aspecto específico. La credibilidad forma una parte importante del proceso de opinión pública en un sentido positivo ya que se refiere al grado de confianza que se tiene en la misma. Lo que finalmente la determinará, será la percepción de la honestidad, dedicación, atención, habilidades y compromiso que el receptor perciba de la fuente.

En esta investigación, se explicó la relevancia de la religión en la vida del hombre, para así comprender la importancia de la Iglesia como institución social. La religión es un sistema de creencias compartidas por un grupo de individuos, las prácticas que se asocian a él y la forma en que sus miembros responden a lo que se considera como sobrenatural. La trascendencia de la religión radica en que provee a sus integrantes, de significados personales, culturales y códigos de conducta. La Iglesia Católica es una institución porque regula la conducta del hombre; tuvo su origen en la necesidad universal, de creer en un Dios, un ser superior que fuera capaz de dominar las fuerzas de la naturaleza y el mundo, así estableció patrones de conducta culturalmente aceptados para satisfacer a su Dios.

La Iglesia Católica en México está íntimamente ligada a la historia de nuestro país; en esta investigación se plantearon cuatro en cuatro fases: los antecedentes de la Iglesia en México, la Iglesia en el siglo XVIII, la Iglesia de finales del siglo XIX y principios del XX y la Iglesia de los años 60 a la fecha.

Los antecedentes de la Iglesia en México explican la forma en la que esta institución legitimó el poder de España sobre América, el sistema de la encomienda, y cómo fue finalmente mermado su poder por la familia Borbón, siendo este uno de los factores que provocó la Guerra de Independencia. La Iglesia del siglo XVIII es una Iglesia debilitada

por la reformas borbónicas, las leyes Lerdo y Juárez, el liberalismo y la mala situación del país que la convirtieron en punto de controversia; en especial por la desamortización de sus bienes. El periodo que abarca de finales del siglo XIX y principios del XX, se caracteriza por una nueva reconciliación entre la Iglesia y el Estado durante el periodo porfirista; sin embargo, con la caída del dictador y la toma del poder por Victoriano Huerta, la Iglesia apuesta al perdedor y pierde. Lo que finalmente se verá reflejado con la Constitución de 1917. Para los años sesenta la Iglesia se convierte en un vínculo entre el poder y los ciudadanos. Con el sexenio de Carlos Salinas de Gortari la Iglesia legitima su toma presidencial y recibe beneficios de esto. Pero es hasta la llegada de Fox donde parece que la relación llega a su mejor momento.

Basándose en estos antecedentes se visualizó la importancia de una medición de la percepción de la credibilidad en una de las instituciones más influyentes de nuestro país: la Iglesia Católica. Así, se buscó comprender la forma en que factores tales como el nivel socioeconómico, la exposición a medios, la credibilidad en los medios, la influencia de los factores sociales y la religiosidad, influían en la percepción de la credibilidad en una fuente.

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede afirmar que la muestra está compuesta, en su mayor parte, por individuos de clases altas (A/B, C+), por ello este estudio tiene un gran sesgo, en cuanto a su composición socioeconómica. La zona geográfica de mayor influencia es el centro- sureste del país, con un porcentaje de más del ochenta por ciento de la muestra. Tres cuartas partes de los encuestados se encuentran estudiando el último año de la carrera y más de la mitad vive aún con sus padres, por lo que se puede deducir que existe una fuerte influencia.

El medio más consumido es la televisión, después, la radio y el cine; por lo que es la fuente de orientación del individuo; no sólo por el consumo si no también por el uso que se le da como surtidor de información y entretenimiento, por ello en esta investigación será considerado como el medio de comunicación más importante. El noticiario más visto es el de López Doriga y después “Hechos”, con Javier Alatorre; por lo que la principal fuente de información, proviene de estas dos fuentes.

La exposición al resto de los medios: radio, cine, prensa y revistas especializadas, tiene que ver con los gustos, en general de una clase alta, sin embargo, la obtención de

información por algún otro tipo de medio es mínima. El consumo de periódicos se hace a lo mucho una vez a la semana y en revistas, cada vez que aparece una noticia que interesa.

La función de la radio es principalmente de entretenimiento, y después de información, en general se escucha algunas veces, cuando se trata de programas musicales y de vez en cuando en el caso de noticiarios.

La credibilidad en los medios tiene que ver con el nivel de exposición a éstos, programas que típicamente refuerzan modelos y representaciones sociales de lo "bueno y malo" tienden a ser vistos por personas que confían más en ellos puesto que se exponen a aquello, que probablemente concuerde con sus ideas respecto al mundo. Existe una fuerte desconfianza en los medios, se considera que los periodistas tienen un nivel medio de preparación y que las noticias que se presentan no son realmente lo que al público le interesa.

En lo que a factores sociales se refiere, el encuestado presenta una fuerte influencia de un ambiente católico, desde los padres, hasta la asistencia a una escuela católica, hasta el grupo social que rodea al individuo. Los factores sociales se encuentran íntimamente relacionados con la credibilidad en la Iglesia.

La religiosidad está fuertemente relacionada con el nivel de confianza en la institución católica. Esta forma de comprender al mundo hará que los individuos tengan una percepción positiva de la Iglesia. Existe un elevado número de católicos en la muestra, principalmente si se analiza la clase A/B, además grupos como la clase mencionada, alumnos pertenecientes a la UIA, o los alumnos de derecho, tienden a cumplir más con los ritos pedidos por la Iglesia Católica, aún así la frecuencia de asistencia a misa y comunión, es en general, sólo los domingos y/o días festivos. Se observó también que tres cuartas partes de la muestra tienen una formación básica en los preceptos católicos, con el estudio del catecismo para la primera comunión.

Los medios de comunicación tienen un fuerte vínculo con la credibilidad en la Iglesia, sin embargo, no se puede establecer qué influye en qué: la exposición a cierto tipo de medios y en programas una mayor credibilidad en la Iglesia, o si la credibilidad en la Iglesia propicia que los individuos se expongan a programas que concuerden con sus creencias; esto aunado a la influencia de otros factores. Entonces, de acuerdo con la primer

hipótesis señalada de a mayor exposición a medios, menor credibilidad en la Iglesia, se puede afirmar que en mucho depende del tipo de medios y nivel a los que la persona se exponga. Si un individuo se limita a ver únicamente programas que reafirmen sus creencias y concepciones sobre el mundo, tendrá una necesidad mayor de orientación y bases críticas sobre la institución católica. En cambio, una persona que recurre a otras fuentes de información más críticas, como periódicos, documentales, etc., no necesitará de tanta orientación y probablemente tenga un juicio más amplio respecto a este tema.

La principal fuente de percepción de la credibilidad en la Iglesia será la influencia de los factores sociales, por ello, esta institución debe enfocarse a los grupos sociales como es el caso de la familia, debe reforzar y estimular la comunicación con sus fieles, ya que estos serán quienes perduren sus preceptos educando a sus hijos y ejerciendo una efecto positivo hacia la Iglesia. Se considera que en un futuro los medios se "abrirán" más, al igual que la sociedad y la Iglesia será aún más criticada, por lo que existirá una mayor separación entre ciertos sectores con los cuales la Iglesia no concuerde, como es el caso de grupos de homosexuales, grupos a favor del aborto, etc. Probablemente, se implantará el uso de nuevas medios para acercarse a los feligreses: cantantes (como en el caso de los grupos cristianos), programas por televisión o adopción de tecnología como internet, donde ya existen sacerdotes que confiesan a los creyentes vía mail. La Iglesia es una institución poderosa que ha se ha mantenido por casi dos mil años, su continuidad depende de la forma en que sus dirigentes se acerquen a una sociedad que ha cambiado bastante en los últimos dos siglos, no sólo será la forma en que se cambie, tal vez sea necesario un nuevo Juan XXIII con un nuevo *aggiornamento.*

Considero que el modelo de percepción de la credibilidad puede ser útil para otras instituciones, tal y como es el caso del gobierno, los partidos políticos e incluso los líderes de opinión. Puesto que no sólo permite medir qué tanto confían las personas en una fuente, si no también conocer en qué niveles esta fallando una institución. En el caso específico de la Iglesia católica resultaría muy interesante analizar la credibilidad en relación con los medios con personas de distintos lugares: pequeñas comunidades, gente que viva muy alejada de la ciudad o que su exposición a la televisión sea mínima, y el papel de los líderes en la formación de opinión esta entre las personas.

Como persona esta ha sido una de las experiencias más enriquecedoras de mi vida, cambió mi percepción sobre el papel de la Iglesia en nuestro país y, principalmente me dio a entender el papel tan importante que la religión tiene en la nuestra vida diaria. Además ha despertado en mí el deseo de aprender más sobre el papel de las instituciones religiosas en mi nación.

Con mi tesis aprendí cosas, que de no hacerla no hubiera entendido. Primero, la importancia de la investigación en la sociedad, como una forma de entender no sólo los problemas sino también los porqués; segundo, el apoyo tan limitado a la investigación a nivel licenciatura tanto en el ámbito humano como económico; tercero, aprendí a poner una extensa y diversa gama de información ”sobre papel” de una forma coherente y sistematizada; cuarto; una metodología de investigación bien elaborada incluyendo la forma en que se miden y conceptualizan variables y por último un poco más de estadística aplicada.

Esta investigación tiene las limitantes de cualquier estudio académico, su composición de individuos pertenecientes a Ciencias de la Comunicación y licenciatura en Derecho, no fue elegida de forma arbitraria y fue seleccionada a conveniencia y por razones prácticas a esta investigación, al igual que las universidades.

BIBLIOGRAFÍA

Agustín, J. (1998) Tragicomedia mexicana 3: la vida en México de 1982 a 1994. México: Planeta

Asher, H. (1992) Polling and the public: what every citizen should know. USA: Washington, DC Press.

Babby, E. (2000) Fundamentos de la investigación social. México: International Thompson Editores

Barrios, José Luis, (2001) Iconography Past and Present: Visual Constructions of Power in Post-PRI Mexico. USA: Wayne State University Press

Bennett, L.W. (1980). Public opinions in American Politics. USA: Harcourt Brace Jovanovich. Inc

Bradburn, M. and Seymour Sudman. (1989) Polls and survey: undertanding what tell us. USA: Jossey Bass

Briones, G. (1990) Métodos y técnicas de investigación para ciencias sociales. México: Editorial Trillas.

Brito, E. (1971) ¿Quién escucha al Papa?: Sodeo efectuado sobre las actitudes ante la encíclica Human Vitae. México: Instituto Mexicano de Estudios Sociales

Centro de EstuDios Históricos, (2000) Historia General de México México: El Colegio de México

Chip, B. (2001) Elements of trust. Database: MasterFILE Premier: EBSCO.

Eliade. M., (1987) The Encyclopedia of Religion. Vol. 12 USA: Macmillan Publishing Company

Fairchild. H., (1949) Diccionario de sociología. México: Fondo de Cultura Económica

Gallino, L., (1995) Diccionario de Sociología. México: Siglo XXI Editores

Glynn, C., Susan Herbst y cols. (1999) Public opinion. USA: Westview Press

Hertzler, J., (1946) Social Institutions. USA: University of Nebraska Press

Küng, Hans, (2002) La Iglesia Católica España: Mondadori

McCombs, y David Weaver (1997) Commnication and Democracy: Exploring the intelectual frontiers in agenda- setting theory.

Oskamp, S. (1991) Attitudes and opinions. USA: Pretince Hall

Parsons, T., (1974) El sistema de las sociedades modernas. México: Ed. Trillas

Piñero, C., (1983) Nuevo Derecho Canónico: manual práctico. México: Atenas Parroquial

Romero de Solís, (1994) “El Aguijón del Espíritu”: Historia Contemporánea de la Iglesia en México (1895- 1994) México: Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana

Severin, J. Werner y James Tankard (1979) Communication Theories: origins, methods, uses. USA: Hastings House Publishers

Severin, J. Werner y James Tankard (2001) Fifth Edition. Communication Theories: origins, methods, uses. USA: Hastings House Publishers

Sheldom, K. (1996) Credibility is risky business. Database: MasterFILE Premier: EBSCO.

Smelser, N., (1981) Sociology. USA: Pretince- Hall.

Splichal, S. (1999). Public opinion: developments and controversies in the twentieth century.

Stamm, K., et Ric Dube. (1994) The relationship of attitudinal components to trust in media. Database: Academic Search Elite.

Stark, R., (1985). Sociology. USA: Wadsworth Publishing Company

Indicadores. SC, Febrero, 2004
www.amail.org.mx
www.inegi.gob.mx
www.mexicosiemprefiel.com/contenido/iglesia.htm
www.aciprensa.com/estructu.htm#c2
www.aciprensa.com/iglesia/orgaización.htm
http://www.geocities.com/apostoloteca/investigacion/cristera/la_ley_calles_y_a_suspecion_del_.htm
www.h-mexico.unam.mx

.