

**Análisis del discurso religioso utilizado por el pastor Miguel Arrázola de la Iglesia
Ríos de Vida de Cartagena, de corriente Neopentecostal, como marketing político para
influir en los feligreses en la decisión del plebiscito por la paz año 2016**

Jean Stojkovic Felizzola Sampayo

Cédula: 1098811979

Director de trabajo de grado:

Johanna Marcela Rozo Enciso

Magíster en Educación

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

Pamplona

2021

Resumen

Colombia después de 60 años logra un acuerdo real para acabar con la guerra interna más sangrienta entre el Estado colombiano y las FARC-EP, alcanzando entre las partes un acuerdo de paz con 6 puntos en específicos que debían ser refrendados en el plebiscito por paz con un ‘Sí’ o ‘No’, pero después de una estrecha diferencia, el ‘No’ se alzó con la victoria el 2 de octubre de 2016.

La participación de líderes y pastores religiosos fue determinante en la decisión final, como es el caso del pastor cartagenero Miguel Arrázola, la cual utilizó las redes sociales y su iglesia como campaña política emitiendo un discurso con aspectos electorales.

En esta investigación se conoce el marketing político utilizado por el pastor que logró visibilizarse en la opinión pública como el pastor del ‘No’ por su ciberactivismo y las declaraciones fuertes que emitía, pero hay un vídeo en especial que de forma directa invita a sus feligreses a votar por el ‘No’ utilizando el versículo de Daniel 11 de la biblia. Precisamente esa es la finalidad de la presente investigación analizar el poder de persuasión que tiene los conceptos de la biblia en espacios políticos, que aprovechan las redes sociales para una exposición mediática.

Palabras claves: Discurso, comunicación pública y política, religión, marketing político, discurso, corriente neopentecostal, campaña política, pasajes bíblicos, Dios, redes sociales, iglesias, pastores, líderes religiosos, Estado, Farc, plebiscito, acuerdo de paz.

Abstract

Colombia after 60 years achieves a real agreement to end the bloodiest internal war between the Colombian State and the FARC-EP, reaching a peace agreement between the parties with 6 specific points that should be endorsed in the plebiscite for peace with a 'Yes' or 'No', however by a narrow difference, the 'No' was victorious on October 2, 2016.

The participation of religious leaders and pastors was decisive in the final decision, as is the case of the Cartagena pastor Miguel Arrázola, who used social networks and his church as a political campaign issuing a religious speech but with electoral aspects.

In this investigation, the political marketing used by the pastor is known, who managed to make public opinion visible in the public opinion as the pastor of 'No' due to his cyber-activism and the strong statements he issued, but there is a special video that directly invites his parishioners to vote for 'No' using the verse from Daniel 11 of the bible. Precisely that is the purpose of this research to analyze the persuasive power of the concepts of the Bible in political spaces, which take advantage of social networks for a media exposure.

Keywords:

Speech, public and political communication, religion, political marketing, speech, neo-Pentecostal current, political campaign, biblical passages, God, social networks, churches, pastors, religious leaders, State, Farc, plebiscite, peace agreement.

Contenido

| | |
|--|----|
| Capítulo I | 8 |
| Problema | 8 |
| Contextualización: | 8 |
| Planteamiento del problema:..... | 12 |
| Formulación del problema: | 16 |
| Objetivos | 16 |
| General | 16 |
| Específicos | 17 |
| Justificación: | 18 |
| Capítulo II | 20 |
| Marco de Teórico | 20 |
| 2.1 Antecedentes | 20 |
| 2.1.1 Internacionales | 20 |
| 2.1.2 Nacionales | 23 |
| 2.1.3 Regionales | 26 |
| 2.2 Bases teóricas | 29 |
| 2.2.1 Marco histórico | 29 |
| 2.2.2 Marco Legal | 36 |
| 2.2.2.1 Constitución Política de Colombia, CPC, 1991..... | 36 |
| 2.2.2.2 Ley Estatutaria 1806 de 2016 – 24 de agosto del 2016 | 36 |
| 2.2.2.3 Acuerdo Final de Paz | 36 |
| 2.2.3 Marco conceptual | 37 |

| | |
|---|----|
| | 5 |
| 2.2.3.1 Comunicación: | 37 |
| 2.2.3.2 Política: | 39 |
| 2.2.3.3 Comunicación pública: | 40 |
| 2.2.3.4 Comunicación política: | 41 |
| 2.2.3.5 Marketing político:..... | 42 |
| 2.2.3.6 Religión:..... | 44 |
| 2.2.3.7 Corriente neopentecostal:..... | 44 |
| 2.2.3.8 Discurso religioso:..... | 46 |
| 2.2.4 Marco teórico | 47 |
| Capítulo III..... | 51 |
| Marco Metodológico..... | 51 |
| 3.1 Enfoque Metodológico..... | 51 |
| 3.2 Diseño Metodológico..... | 52 |
| 3.3 Nivel de Investigación | 53 |
| 3.4 Población y Muestra | 54 |
| 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 55 |
| 3.5.1 Análisis del discurso | 55 |
| 3.5.2 Entrevista semiestructurada | 57 |
| 3.5.2.1 Perfil de los expertos claves..... | 57 |
| 3.5.2 Grupo Focal | 59 |
| Capitulo IV..... | 61 |
| Resultados | 61 |

| | |
|--|-----|
| | 6 |
| 4.1 Análisis del discurso | 61 |
| 4.1.1 Repetición de palabras | 61 |
| 4.1.2 Entonación | 63 |
| 4.1.3 Argumentación..... | 64 |
| 4.1.4 Muletillas | 67 |
| 4.1.5 Uso de pasajes bíblicos | 67 |
| 4.1.6 Mención de la palabra ‘Dios’ | 68 |
| 4.1.7 Análisis general del discurso | 68 |
| 4.2 Análisis de las entrevistas semiestructurada a expertos..... | 74 |
| 4.2.1 Entrevista al experto Augusto Reyes | 74 |
| 4.2.2 Entrevista a la experta Marcela Díaz | 78 |
| 4.2.3 Análisis general de entrevistas a expertos | 88 |
| 4.3 Grupo focal: 10 feligreses de la Iglesia Centro Cristiano en Pamplona, Norte de Santander..... | 89 |
| 4.3.1 Pregunta 1. | 89 |
| 4.3.2 Pregunta 2 | 91 |
| 4.3.3 Pregunta 3 | 92 |
| 4.3.4 Pregunta 4 | 94 |
| 4.3.5 Pregunta 5 | 96 |
| 4.3.6 Pregunta 6 | 98 |
| 4.3.7 Pregunta 7 | 99 |
| 4.3.8 Análisis general del grupo focal | 102 |

| | |
|---|-----|
| 4.4 Triangulación de los resultados | 103 |
| Capítulo V | 107 |
| Conclusiones y Recomendaciones | 107 |
| 5.1 Conclusiones | 107 |
| 5.2 Recomendaciones | 108 |
| Referencias..... | 111 |

Capítulo I

Problema

Contextualización:

El 5 de agosto de 1886 bajo la presidencia de Rafael Núñez, Colombia, como Estado soberano promulgó la Constitución Política, que le dio ordenamiento jurídico al país. Una de ellas fue darle potestad a la iglesia Católica como religión única y consagrada al “Corazón de Jesús”.

Esa vinculación Estado-Iglesia por muchos años, provocaron que representantes religiosos de otros credos se reivindicara para tener participación e incidencia política, en los años 80 y 90 aparecieron los primeros movimientos políticos confesionales de corte evangélico, como el Movimiento Unión Cristiana Carismática y el partido Nacional Cristiano.

Después de un siglo, Colombia, vuelve a tener una nueva constitución promulgada el 4 de julio de 1991, donde convierte al país como Estado de Derecho, en donde fue importante y deja en claro la separación del Estado y las iglesias, así lo señala el artículo 19, que protege la libertad de culto o religión, tornándose un tinte laica y plurireligiosa. Eso ha motivado que cada día haya más denominaciones religiosas en el país sin ningún tipo de control, seguimiento o/u autoridad.

Actualmente en Colombia existen 7.200 iglesias y en promedio diariamente se registran dos, ante el Ministerio del Interior, Dependencia de Asuntos Religiosos.

De esta manera, el Consejo Evangélico de Colombia, Codecol, que reúne a 260 iglesias, calcula que tienen más de 10 millones de seguidores (casi el 20 por ciento de la población),

población que ha capitalizado pastores religiosos como potencial electorado para instaurar sus perspectivas ideológicas; como el caso del partido Mira, fundada en la iglesia de Dios Ministerial de Jesucristo Internacional, por la polémica María Luisa Piraquive.

Un ejemplo claro fue en el 2002, cuando Alexandra Moreno, hija de Piraquive, llega al Senado de la República, gracias a la lista cerrada liderada por el Mira que sacó 324 109 votos (Registraduría Nacional).

En la actualidad, Colombia Justa Libre, es un partido de corriente Neopentecostal, que reúne el 70 % de las iglesias evangélicas del país, logrando en las elecciones legislativas del 2018, 4 escaños en el Congreso de la República. Este partido surge de la ayuda de John Milton Rodríguez, actual senador, que legisla a favor del Gobierno Duque y establece principios morales y éticos en su agenda legislativa.

John Milton y otros líderes religiosos, participaron en los diálogos de paz entre el Gobierno Santos y las Farc. En esos encuentros mostraron su rechazo a los diálogos, dándole a conocer a la opinión pública que los mismos facilitaban a las Farc el acceso al poder. “Colombia Justa-Libres, la apuesta electoral cristiana”, (El Espectador, 28 de octubre de 2017).

Así como también el discurso difundido por el pastor Miguel Arrázola, quien hizo un papel importante en la campaña del plebiscito por la paz, en la cual, utilizaba conceptos religioso o

pasajes bíblicos que le daba legitimidad a su discurso victimizante, como lo hizo en una publicación el 27 de diciembre de 2015 en Facebook que decía: “Bienaventurados los que padecen persecución, porque de ellos es el reino de los cielos”, Mateo 5: 10.

“Para quedarse con tu reino, firmará la paz y dejará que su hija se case”, dice el pastor en el video tras citar el libro bíblico de Daniel, versículo 11:17. Mientras tanto, aparecen imágenes del presidente Juan Manuel Santos con su familia, de los diálogos de paz en Cuba y de los escenarios de guerra que ha dejado el conflicto armado colombiano. Al margen de esto, publica en su Twitter fotos de víctimas, presuntamente de la guerrilla, “Miguel Arrázola el pastor que promueve el no al plebiscito”, (La FM Radio, 5 de septiembre del 2019).

Dentro del Acuerdo de Paz su rechazo era sobre el tema de enfoque de género, y sentó bases a la defensa de la familia heteropatriarcal (conformado exclusivamente por un hombre y una mujer).

Es decir, que el enfoque de género, “no lo tomaron como garantía de inclusión y el ejercicio de los derechos en la igualdad de condiciones para las mujeres y la población LGBTI”, sino que se centraron que imponía en los colegios la ideología de género, algo totalmente distintos y que se veía afectada la familia tradicional. “Plebiscito por la paz: el decisivo voto de los evangélicos”, (Semana, 16 de septiembre de 2016)

Esos fueron las causas principales que “motivaron” al pastor Miguel Arrázola y a muchos otros más, a incursionarse a la campaña del No, haciendo que sus feligreses creyeran en sus

argumentos político-religiosos, pero que al final un fue engaño y una estrategia persuasiva que utilizaban el nombre de “Dios” para la victoria, porque lo que predicaban no tenía relación a lo que verdaderamente decía el acuerdo en específico sobre la familia y el enfoque de género.

Lo anterior se da cuando el Gobierno colombiano de Juan Manuel Santos y la extinta guerrilla de la FARC-EP estaban en la fase final de las negociaciones de paz en La Habana, Cuba, llegó un momento donde la ciudadanía debía refrendar con un “Sí” o “No” el llamado “Acuerdo de Paz”, que ambas partes concertaron para finalizar 50 años de conflicto armado interno.

El expresidente Santos y la exguerrilla podían hacer como el expresidente Álvaro Uribe Vélez durante su mandato, que tomó medidas respectivas a las negociaciones con los paramilitares sin información, conocimiento y la decisión del pueblo colombiano, en la cual surgió “la Ley 975 de 2005, conocida como Ley de Justicia y Paz, que buscaban la desmovilización de los paramilitares”, donde según expertos dejó abierta la impunidad: extraditándolos. “Firman acuerdo de paz con los paramilitares entre 2002 y 2008” (El Tiempo, documento sin fecha)

Con lo anterior, es un debate de normas jurídicas y de leyes sobre quién puede refrendar los proyectos o decisiones que promulga la rama Ejecutiva. En este caso las partes entre Santos y la exguerrilla acordaron utilizar el plebiscito como mecanismo democrático, en que los ciudadanos tuvieran la última decisión.

Para eso debían hacer campañas o pedagogías sobre los 6 puntos que estaban acordados. El Gobierno y sectores alternativos promovían el Sí y, de otro lado, Álvaro Uribe Vélez y su partido Centro Democrático (CD) por el No, para ir a las urnas el 2 de octubre de ese mismo año.

Planteamiento del problema:

El gerente de la campaña del ‘No’, Juan Carlos Vélez Uribe, a través de unos audios de 33 minutos y 43 segundos divulgados en la columna de opinión titulada “La grabación” del periodista Daniel Coronell en Revista Semana, “ellos van a apelar por la esperanza, ustedes tienen que apelar a la indignación. Dejen de explicar los verracos acuerdos. Ya no jodan más con esos acuerdos”. “La grabación”, (Semana, 3 de junio de 2017)

Fue así entonces que, en esos momentos de polarización que vivía el país; hicieron que los promotores del No se acercaran a las iglesias de corte Neopentecostal, con el fin de que los pastores intervinieran en la campaña del plebiscito mediante el discurso religioso, para captar el voto de los feligreses en las congregaciones, y así divulgar que el acuerdo iba en contra de la moralidad, la familia y la iglesia.

“Una campaña engañosa basada en el fomento de la indignación, la exacerbación del miedo y el estímulo de la crispación...El mejor trabajo que yo le hice al Centro Democrático fue traernos al pastor Miguel Arrázola”, dice el gerente del No, Juan Carlos Vélez, en unos de los audios de la columna de opinión de Coronell. “La grabación”, (Semana, 3 de junio de 2017)

El pastor Arrázola, fundó la iglesia Ríos de Vida en Cartagena, Bolívar, en 1998. Este líder cristiano con gran influencia en la costa caribe colombiana y, su poder es cada vez más consolidado en gran parte del país. Su iglesia actualmente tiene 20.000 feligreses que lo exaltan y creen que él es obra de Dios en la tierra. “¿Quién es el polémico pastor que culpó a Bill Gates por el covid-19?” (El Tiempo, 5 de mayo de 2020).

De la misma manera, es fiel seguidor del expresidente Álvaro Uribe Vélez, aunque no milita legalmente en el partido CD, está activo de los acontecimientos políticos que ocurre; el pastor apoyó la candidatura presidencial de Óscar Iván Zúlega, respaldó el No en el plebiscito y posteriormente la candidatura de Iván Duque Márquez, actual presidente de Colombia, como se evidencia en su ciberactivismo por Twitter.

Durante la campaña pedagógica del plebiscito por la paz, Arrázola lideró marchas y concentraciones para rechazar lo acordado entre el Estado y las Farc. Uno de esos eventos invitó al expresidente Uribe para que hablara en el púlpito de la iglesia, sobre los peligros de “entregarle el país al diablo”.

En sus predicaciones, Arrázola, utilizaba conceptos de “infierno” y “anticristo” y lo relacionaba con Santos, las Farc y los negociadores. Con base a eso, moldeó ante la opinión pública la figura como: “el pastor del No”. “El pastor del Uríbismo”, “La marcha uribista en Cartagena, (Semana, 3 de abril de 2016)

El cubrimiento de diferentes medios de comunicación nacional y local, a sus posturas con matiz político-religioso lo visibilizaron en todo el país, de la misma manera, era constatare el activismo del pastor por redes sociales que polarizaron más la contienda, sin embargo los contenidos difundidos era parte de una estrategia de comunicación para captar la atención de los feligreses.

Partiendo de ese panorama electoral político para el país, en el que intervienen personajes y transmiten imposiciones ideológicas, la cual marcaría la historia de un país que se ha visto sumergido en una guerra desde la década de los sesenta, que se ha visto involucrado múltiples actores: las guerrillas de izquierda, los paramilitares de derecha, los narcotraficantes, el gobierno, las fuerzas armadas y la sociedad civil.

Finalmente el 2 de octubre del 2016, el ultimo escrutinio de la Registraduría Nacional del Estado Civil arrojó que el 50.21% por el 'NO' se remontó contra el 'SÍ' que obtuvo un 49.78% en el resultado, donde la ciudadanía votó por la pregunta: '¿Apoyo usted el acuerdo final para terminar el conflicto y construir una paz estable y duradera?'. Aunque la diferencia fue poco, el grupo religiosos fue determinante en la contienda electoral. De igual forma, sobre los mecanismos persuasivos empleados para movilizar a los feligreses a la toma de decisiones.

Ello llama la atención sobre los discursos producidos por el pastor Arrázola, expresados a menudo en la modalidad de la prédica o sermón, estuvieron dirigidos principalmente a sus seguidores, esto es, a la comunidad cristiana de la Iglesia Ríos de Vida. Si bien muchos de ellos se

produjeron en un marco religioso (servicios, alabanzas, oraciones, etc.), otros circularon a través de otros canales (página web, redes sociales, etc.).

Después de la victoria del “No”, el pastor cartagenero compartió por sus redes sociales un vídeo que entre risas y de modo sarcástico dijo “Ganamos, ganaamossss, de Dios nadie se burla gobernantes, sin Dios no se puede legislar, el pueblo no traga entero, hay que entender que cuando Dios está de tu lado vas a ganar, pero cuidado con pedir en contra de Dios. Ganamos, Colombia es tierra del espíritu santo, aleluya”. “Ganamos, Ganamos, de Dios nadie se burla gobernantes” (Semana 3 de octubre de 2016).

Los resultados del plebiscito le trazaron la ruta política al pastor Arrázola, quien junto al caleño John Milton Rodríguez lanzaron el Movimiento Colombia Justa. Este quiere ser una fuerza política que pese en las elecciones presidenciales del 2018. En la marcha del 1 de abril contra la corrupción, convocada por Álvaro Uribe y Alejandro Ordoñez, Arrázola se subió a la tarima al frente del batallón de los mártires al lado del senador del Centro Democrático Fernando Araujo. Su relación con el Centro Democrático se estrecha cada vez más, algo que cuestionan incluso dentro del Movimiento Cristiano de Colombia. (Las 2Orillas, 2017)

El post-acuerdo en Colombia es un proceso que exige el replanteamiento de discursos heredados e inmersos en el país durante el periodo de la hegemonía conservadora y que aún en estos días son utilizados y transmitidos como “verdades inmutables e incuestionables” y tienen

una arraigada aceptación en la sociedad. Uno de los más fuertes imaginarios atávicos que tenemos como herencia de esta época del país, es el del uso de la fuerza, la coerción y la confrontación bélica como caminos para la resolución de conflictos y la construcción de paz.

Aún existen sectores tradicionales que se aferran a la época de antaño donde la imagen de un sacerdote o líder espiritual era símbolo de autoridad, no solo religiosa sino también política. Sin embargo, en este escenario emergen narrativas al interior de los discursos hegemónicos que se levantan como formas no violentas de resistencia que emplean los discursos de paz, perdón y reconciliación para generar nuevos espacios de convivencia, ciudadanía y reintegración social. (Bonilla, 2015 citado en Jiménez, 2019).

Formulación del problema:

¿Cuál fue la influencia del discurso religioso utilizado pastor Miguel Arrázola de corriente Neopentecostal de la Iglesia Ríos de Vida de Cartagena, como marketing político en la decisión de los feligreses en el plebiscito por la paz en el año 2016?

Objetivos

General

Analizar la influencia del discurso religioso utilizado por el pastor Miguel Arrázola de la Iglesia Ríos de Vida de Cartagena, de corriente Neopentecostal, como marketing político que llevó a los feligreses a ejercer el sufragio por el “No” en el caso plebiscito por la paz año 2016.

Específicos

1. Identificar los elementos discursivos religiosos y políticos como: marketing político, divulgados por el pastor Miguel Arrázola durante la campaña del plebiscito por la paz 2016.
2. Determinar los conceptos religiosos-políticos emitidos por el pastor Miguel Arrázola que influyeron en el plebiscito por la paz 2016.
3. Definir el marketing político utilizado por el pastor Miguel Arrázola en la campaña del plebiscito por la paz 2016.

Justificación:

Los discursos religiosos juegan un papel fundamental a la hora de tomar decisiones en los distintos temas de la sociedad; por tal razón, para los feligreses y creyentes, la opinión que tienen sus líderes, es tomada en cuenta al momento de determinar una decisión. El caso del Plebiscito por la Paz en el año 2016, permite generar un análisis que arroje los elementos discursivos que influyeron en la opinión pública, en la cual llevaron a los promotores del No a alzarse con la victoria.

La influencia del voto cristiano-evangélico en la política no es tema que se ha visto desde ahora, ya hace décadas líderes de sus propias iglesias han demostrado su intención política en los asuntos del Estado con orientación ultraconservadoras.

Para eso, han creado un discurso religioso de tinte político, con la finalidad de ganarse los votos de los fieles, puesto que es un bloque sólido para la práctica de la seducción política.

Seducción que supo aprovechar el presidente brasileño Jair Bolsonaro, en Guatemala para Jimmy Morales, en México para Manuel López Obrador que los llevaron a la victoria gracias a sus posiciones de intereses y valores de las iglesias cristianas de corte neopentecostal, y en Colombia la influencia que determinó las congregaciones fue en el Plebiscito por la Paz, en la cual intervinieron pastores entre ellos Miguel Arrázola pastor de la iglesia Ríos de Vida de Cartagena.

En el caso del pastor cartagenero, ha sido polémico por sus declaraciones clasistas en sus redes sociales e incluso en las predicas de su iglesia, que tiene el matiz persuasivo que logra captar la atención de sus seguidores por la mezcla de citas bíblicas, oraciones y alabanzas con fines de marketing político.

Mostrándose ante ella una coerción y autoridad como si fuese un servidor público o administrador público en decisiones políticas. Teniendo resultados electorales contundentes como en la campaña presidencial de Óscar Iván Zuluaga, apoyo al No al plebiscito y la campaña de Duque Presidente. Eso en el campo nacional.

En lo local, Arrázola apoyó a la alcaldía de Cartagena a Dionisio Vélez y Manolo Duque, ambos suspendido y sentenciado por corrupción, y Antonio Quinto Guerra, este último no duró un mes como alcalde.

Entonces, los personajes políticos utilizan a los líderes para fortalecer más su campaña electoral y así mismo obtener la victoria. Eso se logra, por las pasiones y el fervor que ocasiona pertenecer a una comunidad religiosa, que han llevado a sus adeptos a ser influenciados por líderes que a manera de “criterios espirituales” que definen, en muchas ocasiones, las directrices y razones por la que sus feligreses deben tomar una posición frente a asuntos que requieren de una formación política mínima. Es esta una manera de influenciar al momento de ejercer el derecho al voto de los ciudadanos.

De lo anterior, se compone dos discursos: político y religioso, que ambos se fusionan con una misma finalidad que es obtener el poder, utilizando técnicas del marketing político.

En este trabajo de grado, da a conocer la importancia de la comunicación en el ámbito político en el énfasis del marketing político, que es utilizado por los líderes religiosos para aprovecharlo en contiendas electorales, dentro de estrategias políticas. Se logrará que la población se conciente y analice los discursos religiosos cuando tienen una finalidad política y del mismo modo identificar cuando son influenciados por los líderes religiosos.

A partir de las técnicas del marketing político sobre ganar, gobernar y liderar en el que al final la manifestación de la ciudadanía se ve reflejada en el voto. Que puede ser utilizada, analizada y ser referentes en otros trabajos de grados que tenga relación con discurso religioso como influencia de decisiones políticas, en la cual ayudará ampliar las características discursivas y la estrategia que se emplea desde lo político, y finalmente fortalece el marketing político.

Capítulo II

Marco de Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

En la investigación “La persistencia del lenguaje religioso en el discurso político. El caso de Hugo Chávez”, Cristian Rojas González, Ciencias Políticas de la Universidad de los Andes, en Santiago de Chile. (2013) arroja unos elementos importantes que hacen parte del uso del lenguaje, donde hace mención al filósofo Jürgen Habermas de la etapa pos metafísica de justificación de lo político que resalta los procesos de aceptación en la sociedad.

La legitimidad es el objetivo principal, señala que los conceptos discursivos religiosos (incluso visual) es una estrategia que consciente o inconscientemente le da autoridad a los proyectos políticos, pero en el trasfondo es una réplica persuasiva que ha implementado en la monarquía y en la democracia norteamericana, que la finalidad es cautivar la atención de las masas.

Así mismo, como lo político y lo religioso buscan la legitimación de las masas frente a sus acciones y comparten su clientelismo actual, ambas prometen estar a voluntad de resolver “las necesidades” de las personas, principalmente de las poblaciones más vulnerables, por lo que hacen uso de ese recurso para generar más adeptos a sus trincheras, unos desde la fe y otros desde la esperanza social. (Rojas, 2013).

Con el uso del lenguaje religioso logra captar la atención de los feligreses, buscando comunicar asertivamente con éxito las ejecuciones políticas y públicas realizadas, que recibe la aceptación por parte de una masa que no es crítica en los procesos religiosos y políticos.

Vulnerabilidad. Con lo anterior, Chávez utilizaba pasajes bíblicos y lo relacionaban con los hechos que le ocurrían como positiva o negativamente en su contexto político.

De igual manera, abarcando mucho más el panorama sobre la legitimidad, se encuentra la investigación: “Análisis crítico del discurso de la presidenta Michelle Bachelet Jeria. Del 11 de marzo del 2006”, presentado por Juan Muñoz Mariangelts para optar al título de Profesor de Lenguaje y Comunicación y al Grado de Licenciado en Educación de la Universidad Austral de Chile. La hipótesis de este trabajo radicó en la identificación de las estrategias discursivas que la jefa de estado usó para convencer a su auditorio en torno a la integración social de los chilenos sin exclusión, teniendo como objetivo el análisis crítico de los discursos de la presidenta en torno al tema de integración social.

Sin embargo dentro de los análisis hay 8 tópicos que demuestran la intervención discursiva de la presidenta chilena en cada uno de los temas de su agenda como: 1.) integración social, donde utilizaba conceptos que “chilenos y chilenas”, “amigos y amigas” viéndose ante la ciudadanía empática y solidaria en su agenda. 2.) Pobreza y desigualdad, su figura materna compromete al Estado a intervenir en la desigualdad rompiendo barreras sociales. 3.) Economía y trabajo, apela al sentimentalismo que promete un trabajo digno y decente para Chile. 4.) Apoyo de actores sociales y del Estado, menciona el tiempo de desarrollo del país involucrando personajes de la vida pública nacional. 5.) Género, utiliza su figura de poder femenina como reivindicación de los derechos de la mujer. 6.) El tiempo de gobierno, se compromete con la ciudadanía en acelerar el plan de gobierno. 7.) Verdad y reconciliación, recopila la polarización

del país. 8.) Desarrollo social, llama a erradicar el individualismo y los estados antidemocráticos de la región.

Ambos mandatarios Hugo Chávez y Michelle Bachelet buscaban que sus discursos tuvieran la aprobación de la opinión pública mostrándose como los salvadores de los problemas sociales de sus países apelando desde lo religioso y la inclusión.

2.1.2 Nacionales

En la investigación de Jenny Santamaría (Octubre, 2013) 'Religión y política en Colombia: La transformación de líderes religiosos en líderes políticos después de la constitución de 1991' para optar el título de Magíster en Estudios Políticos e Internacionales por la Universidad del Rosario en Bogotá. En su investigación hace un análisis de la relación que ha tenido la religión y la política, la cual trasciende en el campo sociológico resaltando los actores religiosos durante la historia política de Colombia tomándose por último la representatividad del Estado en la educación, política, arte, etc.

Sin embargo parten de la teoría weberiana realizando un análisis crítico frente a los movimientos religiosos que buscan esos espacios del Estado, dentro de ella hay tres idearios que plantea Weber sobre la estructura de poder y la subordinación que son: Dominación legal, dominación tradicional y dominación carismática dentro del análisis del fenómeno Forma de dominación y carisma. (Weber, 1978).

Así mismo relata las épocas que se ha visto inmerso la religión en la historia política del país, convirtiendo a sus líderes protagonistas de la escena pública que detalla desde la independencia de Colombia hasta nuestros días. Que convierte a la nación en un país pluri-religiosa y no confesional, por ende la libertad de religiosa en diferentes escenarios es notorio.

Desde que se instauró la participación religiosa en política como está plasmado en el planteamiento del problema, donde los años 80 y 90 aparecieron esos primeros movimientos políticos confesionales de corte evangélico, como el Movimiento Unión Cristiana Carismática y el partido Nacional Cristiano.

La participación de los representantes de estas minorías religiosas se centró en la declaración de la libertad de conciencia y la libertad de cultos. El acceso al poder político incidió en la estructuración y comprensión de lo político al interior de las iglesias que participaron en este proceso, en las reuniones de culto se comenzó a dialogar sobre la importancia de la presencia política de los cristianos en Colombia. El escenario se reconfigura, las iglesias al experimentar reconocimiento y legitimidad social entran a competir con más fuerza al campo político. (Santamaría, 2013, p. 75).

Donde los medios de comunicación también ha permitido visibilizar esos liderazgos religiosos en política, como señala la investigación nacional de Carlos Julián Rubio (Marzo,2020) ‘EL FIN DE LA GUERRA CON LAS FARC. Aproximaciones al análisis de contenido de Revista Semana en la recta final del proceso de paz en Colombia 2015-2017’, Universidad Externado de Colombia, que relata el constante cubrimiento de los medios de comunicación, en especial la Revista Semana, en el marco del proceso de paz, logrando identificar más de 1100 contenidos relacionado al hecho histórico importante para el país

que era la paz, sin embargo fue contraproducente puesto que fortaleció la imagen de un sector político como el ‘uribismo’ y creando un imaginario en la opinión pública sobre el llamado ‘castro chavismo’.

La investigación brinda elementos importantes sobre el marketing político en el marco del plebiscito por la paz, donde el expresidente Uribe supo explotar el concepto ‘castro chavismo’ influyendo en la opinión pública de ‘emberracarlos’ no política sino culturalmente frente al contexto que se vivía en el Gobierno Santos.

Se plantea entonces que el ‘castro chavismo’ es un sinsentido por todo lo que ha sucedido en el vecino país con relación al sistema político y económico, no tanto porque sea un concepto vacío o inventado. Así, aunque acierta en endilgarle la autoría a Álvaro Uribe, lo considera como un elemento muy importante de marketing político. El éxito de esto se debe a que según Semana el 30% de los colombianos sigue al expresidente y le cree lo diga, así no sea verdad. (Rubio, 2020 p. 81).

Dentro ese sector el uribismo logró articular la propuesta política de las FARC con el miedo a Venezuela, llevando una gran ventaja el ‘No’ sobre el ‘Sí’ apelando a la desinformación. En el análisis se menciona que el papel de sector religioso utilizó la figura que en el proceso de paz había un ‘demonio escondido’ por tal motivo el ‘No’ ganó. Uno de los demonios es la llamada ideología de género, que no era más que la inclusión del debate de género en el marco de cada punto como forma de vincular sectores que han sido doblemente marginados y victimizados como a las mujeres y las comunidades LGBTIQ. (Semana, 2016).

Lo anterior se relaciona con la cartilla de Educación Sexual que se iba a implementar en los colegios del país, provocando un fuerte choque entre los conservadores religiosos y los progresistas, que lo trajeron a colación con el proceso de paz. Y las redes sociales agitaron la polarización.

Con lo anterior, es una mezcla donde interviene el discurso religioso con finalidad política donde los medios de comunicación y las redes sociales se han visto inmersas utilizando los discursos para influir en la masa, la cual participan políticos y líderes religiosos para la interactividad con los feligreses, y de esa manera intervenir en el contexto por medio de ese discurso persuasivo, como se ha visto en las investigaciones internacional y nacional del presente trabajo de grado que la finalidad es captar la atención y aceptación del público objetivo.

2.1.3 Regionales

Cabe resaltar, que existen numerosos trabajos investigativos sobre análisis del discurso en líderes religiosos, como es el trabajo de grado en el ámbito regional, ‘Análisis de las estrategias discursivas en el discurso religioso de la iglesia Misión Boston’. Año 2012, Presentado por las estudiantes Madeleis Pinto y Yulieth Michelena, para obtener el título de profesional en lingüística y literatura de la Universidad de Cartagena.

La finalidad de este trabajo fue estudiar cómo se daban las interacciones verbales y extraverbales, que se dan en la relación pastor-feligreses, con el motivo de dejar en evidencia

como a través de los procesos retóricos-discursivos el pastor revela las intenciones comunicativas que usa para transmitir sus mensajes y como estos son comprendidos por sus seguidores, quienes construyen el sentido del discurso transmitido. (Martínez & Vanega, 2012).

Sin embargo en el capítulo IV de la investigación aborda con profundidad las estrategias discursivas empleadas por el objeto de estudio, que arroja unos elementos que logra determinar el discurso como influencia de un contexto.

Categoría argumentativa que abarca: argumento de autoridad, ilustraciones, simbolismo, la narración. Categoría retórica: analogías, ironías, metáforas, reafirmación y reiteración.

Categoría ideológica: atenuación, formas de tratamiento y fuera ilocutiva.

Se terminó en el estudio que la finalidad es persuadir a los feligreses mediante el discurso religioso.

Finalmente está la investigación regional de Jessica Romero y Alba Zuñiga ‘Análisis crítico del discurso político del pastor Miguel Arrázola en el marco del plebiscito referendatorio de los acuerdos de paz entre el gobierno colombiano y las Farc’. Señalan que los discursos del pastor Arrázola, expresados a menudo en la modalidad de la prédica o sermón, estuvieron dirigidos principalmente a sus seguidores, esto es, a la comunidad cristiana de la Iglesia Ríos de Vida. Si bien muchos de ellos se produjeron en un marco religioso (servicios, alabanzas, oraciones, etc.), otros circularon a través de otros canales (página web, redes sociales, etc.). La marcha supuso el escenario más claramente político, así quedó explicitado en los fines de la convocatoria, los participantes (además de los miembros de la iglesia, concurrieron líderes políticos y las bases de partidos) y el lenguaje utilizado.

La consigna del ‘No’ a la refrendación de los acuerdos sintetizó este posicionamiento político-discursivo, que se vio complementado con la utilización de implementos (tarima, pantalla, afiches, etc.), indumentaria (camisetas de la selección, distintivos de la iglesia y los partidos) y los actores en escena (expresidente y senador Uribe, exprocurador Alejandro Ordoñez, senadores del partido Centro Democrático, etc.). (Romero & Zúñiga, 2018)

Esto teniendo en cuenta que, históricamente, la religión siempre ha sido un elemento coercitivo para las sociedades y para los seres humanos, ejerciendo un poder que trasciende lo puramente espiritual y se manifiesta como una forma de ver y expresar el mundo. Independientemente de cuál sea la razón que lleva a una persona a conferir un grado de importancia a las prácticas religiosas, sea por la búsqueda de respuestas, reconforte espiritual, o quizá por miedo, lo fundamental es establecer una conexión con los actores (sea una entidad divina o una figura humana que hable y actúe en nombre de esta) que rodean dicho ejercicio. Para el caso de la religión cristiana, el lugar de esta deidad es ocupado por Dios, definido como un ser omnipotente, creador del cielo y de la tierra, además de cada cosa que está en el planeta y que no fue creada por el hombre.

En el marco de la agitada campaña por el “No”, el líder religioso M. Arrázola lanzó diversas acusaciones, tanto en sus predicas, así como en la plazas públicas, y a través de los medios electrónicos de su iglesia (página web y Fan Page de Facebook), contra el actual gobierno de Juan Manuel Santos, presidente de Colombia, hecho que le generó el ser catalogado en el año 2016 como fuerte detractor del proceso de paz llevado a cabo por el Estado

Colombiano con el grupo guerrillero de las F.A.R.C. Una de las polémicas más mediáticas en las que se ha visto inmiscuido el pastor recientemente ha sido la difusión viral de un video donde aparece emitiendo una prédica, la cual fue grabada el pasado 10 de marzo del año en curso.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Marco histórico

Los orígenes del conflicto armado y la paz en Colombia se remonta desde la época conocida como “La Violencia”, una guerra civil que tuvo lugar entre 1946 y 1958; durante esta sangrienta periodo estuvo radicalmente dividido en su apoyo a los partidos Liberal y Conservador.

Las guerrillas surgieron en la década de los sesenta, siendo las más importantes las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC, el Ejército de Liberación Nacional –ELN–, el Movimiento 19 de abril –M-19–, y el Ejército Popular de Liberación –EPL.

El narcotráfico, por su parte, se inició con el cultivo y tráfico de marihuana en la década de los setenta, seguido por el de cocaína en los ochenta. Los grupos paramilitares, a su vez, emergieron a comienzos de los ochenta como una forma de retaliación por parte de los

narcotraficantes, ganaderos y algunos militares, quienes formaron grupos de autodefensas para protegerse de los actos violentos perpetrados por las guerrillas. (Yaffe, 2011).

El conflicto colombiano ha sido heterogéneo tanto a lo largo del tiempo como en la extensión del territorio. Así mismo lo han sido sus actores, sus víctimas y sus repertorios violentos. Superar este proceso pasa por preguntarnos por los contextos en que el conflicto surgió, por los motivos de sus cambios a través de la historia y por las razones de su prolongada permanencia; hecho que convierte a Colombia en el país con el conflicto sin negociar más antiguo del mundo.

En efecto, la pugnacidad política y las acciones violentas entre los partidos tradicionales, Liberal y Conservador alcanzaron su nivel más crítico en La Violencia. Esta fue promovida por la dirigencia de ambos partidos, el enfrentamiento político se vio especialmente atizado por el sectarismo manifiesto del dirigente conservador Laureano Gómez, presidente de la República entre 1950 y 1953.

A partir de entonces, el conflicto político se tradujo en una abierta confrontación armada.

El hecho de que los miembros del aparato burocrático estatal, del sistema de justicia y de las Fuerzas Armadas estuvieran afiliados a uno de los dos partidos tradicionales —aunque la Constitución ordenaba que los uniformados debían ser apolíticos— fue uno de los generadores de altos niveles de violencia. A ello se sumó la intervención de la Iglesia católica a favor del

partido Conservador, hecho que le dio una justificación moral y religiosa al discurso antiliberal y anticomunista.

La Violencia se expresó, entre otras formas, en la ola represiva contra los movimientos agrarios, obreros y populares urbanos aglutinados en torno a los ideales del gaitanismo, y alcanzó su máximo nivel de radicalización política tras el asesinato del líder liberal Jorge Eliécer Gaitán, el 9 de abril de 1948, suceso que desató protestas populares y fue conocido como El Bogotazo.

Los partidos políticos utilizaban la paz como bandera electoral, sin asumir las reformas necesarias del régimen político; y al mismo tiempo, amplios sectores de los mandos militares, como el ministro de Guerra, general Fernando Landazábal, consideraban el proceso de paz como parte de una estrategia continental de Gobiernos proizquierdistas que pretendían abrirle paso a la revolución comunista mediante la paralización de la respuesta armada del Ejército.

Tal posición se vio reforzada por el giro internacional en la Guerra Fría, que había sido provocado por la radicalización y el endurecimiento del anticomunismo durante la administración de Ronald Reagan, entre 1981 y 1989.

Este ambiente explica la soledad creciente de Betancur en sus esfuerzos por convertir la vaga simpatía de la llamada sociedad civil en apoyo político concreto al proceso de paz. Un nuevo y decisivo escollo para el proceso de paz fue la toma del Palacio de Justicia por parte del m-19 y la retoma del mismo por parte del Ejército, en noviembre de 1985. Esta acción expresaría el fracaso de los diálogos entre el Gobierno y ese grupo. Desde entonces, el asesinato sistemático

de militantes de la Unión Patriótica, y de otras personas consideradas simpatizantes de la insurgencia llevó a la ruptura definitiva de la tregua en 1987.

La crisis irreversible del proceso incidiría profundamente en la opción posterior del M-19 de privilegiar el desarrollo militar en detrimento de su dimensión política. Por otro lado, para la mayor parte de la opinión pública se había hecho obvio que el proceso de paz de Betancur había sido hábilmente aprovechado por las guerrillas para ampliar sus frentes y afectar a regiones que estaban más integradas a la vida política y económica de la nación: entre 1981 y 1986, el EPL pasó de tener dos frentes a contar con doce; el ELN pasó de tres frentes a diez; y las FARC, de diez frentes. (Centro de Memoria Histórica).

Es así como los primeros estudios o acercamientos sobre religión y conflicto armado en Colombia se originan en la década de 1970, especialmente con Carlos Horacio Urán y Fernán González, quienes con sus obras *Participación de la Iglesia en la Historia política de Colombia* (1971) y *Partidos Políticos y poder Eclesiástico* abrieron una veta para el análisis de la participación política de la Iglesia Católica en la construcción del Estado nacional colombiano durante el siglo XIX y XX. (Gonzales, 1977 citado en

El historiador).

Ricardo Arias es uno de los primeros que aborda el tema, introduciéndose en la historia del tiempo presente para analizar el rol jugado por la Iglesia católica en el proceso de paz que Belisario Betancur lideró a mediados de los años 80.

En un artículo suyo el autor resaltó la división que generó al interior de la jerarquía eclesiástica colombiana su participación en dicho proceso de paz, destacó la existencia de dos posiciones antagónicas: por una parte, los obispos que, apoyando el Proceso de Paz, privilegiaron explícitamente el diálogo con la guerrilla; por otra, aquellos que, advirtiendo a la opinión pública sobre la doble estrategia de los grupos guerrilleros (negociar en apariencia, para así fortalecer sus intereses), criticaron desde un comienzo todo esfuerzo encaminado a facilitar el acercamiento entre el gobierno y los alzados en armas.

Este artículo tiene el mérito de destacar una característica de la institución eclesiástica desde entonces, en lo que respecta a su rol frente a procesos sociales, promoción social y participación en procesos de paz: su profunda división.

Esta línea interesada por estudiar la participación de la institución eclesiástica en los procesos de paz, la continua fundamentalmente la historiadora y politóloga María Teresa Cifuentes con sus artículos “¿Por qué incomodan los obispos?” (1994) y “Presencia de la Iglesia en los procesos de paz” (1994). Los politólogos y periodistas, por la naturaleza de su oficio, se adelantan en los estudios de procesos cuando estos inician o están en marcha y su destino es todavía incierto.

Así, contradiciendo la opinión mayoritaria en el mundo académico, Cifuentes destaca la labor de mediación y diálogo que estaban emprendiendo ciertos obispos y una actitud creciente en torno a la defensa de los derechos humanos. Arguye tal cambio en el clero a la caída del

bloque soviético –que difuminó los viejos temores del comunismo–, la salida del país de algunos personajes muy reaccionarios –como el mencionado cardenal Alfonso López Trujillo– y el nuevo y difícil contexto que muchas comunidades del país vivían tras la arremetida paramilitar y el fortalecimiento de grupos guerrilleros. (Plata y Vega, 2015).

Antes, en 2003, Carlos Augusto Carvajal y Miguel Arturo Fajardo, por entonces vinculados al Secretariado de Pastoral Social de la diócesis de Socorro y San Gil, y con el apoyo de la Corporación Universitaria de San Gil (UNISANGIL) realizaron lo que hasta ahora es el estudio más completo de la experiencia de Mogotes.

Se trata de una investigación desde “dentro”, pero con un enfoque histórico-social. En el texto se cuentan los orígenes, desarrollo y alcances de este proyecto, convertido en un escenario de construcción de paz y un ejercicio de soberanía popular. Estas prácticas ciudadanas llegaron a ser referentes nacionales de la búsqueda de la paz y fueron visualizadas por los medios de comunicación, sobre todo durante el período de los malogrados diálogos de paz entre el Gobierno de Pastrana y las FARC.

Por ello a la Asamblea Constituyente de Mogotes se le otorgó el Premio Nacional de Paz. Se trata de un texto muy claro para comprender el significado del proceso, su metodología, los principios que lo guiaron, su trascendencia nacional e internacional, destacando claramente el rol de la Iglesia local como sustento, apoyo y guía. (Plata y Vega, 2015).

Además, presenta sistemas religiosos, de los cuales el catolicismo resulta ser la expresión más evidente, como fuerzas generadoras de actitudes intolerantes y hasta de acciones violentas. Hay que decir que los estudios que abordan esta perspectiva han trabajado épocas específicas (siglos XIX y primera mitad del XX) donde se evidencia dicha relación, por circunstancias históricas conocidas.

Por otra parte, poco se ha estudiado desde una perspectiva que arroje respuestas satisfactorias que permitan reflexionar sobre la presencia en el catolicismo de sujetos antisistema y revolucionarios que no constituyen simples casos anómalos, sino que sus acciones y prácticas manifiestan las contradicciones de la sociedad que se reflejan en los sistemas religiosos.

Es importante advertir que la iglesia católica y otras iglesias tienen una dinámica interna que se relaciona con diversidad de corrientes, que a su vez inciden en la acción social y política de estas organizaciones religiosas. Contrario a lo que se podría pensar, dado el enorme peso que lo institucional juega, el catolicismo no solo no es inmutable, sino que tiene una dinámica que lo lleva a emprender caminos insospechados, según la interrelación que se tenga con el entorno.

Ahora, la manera de afrontar los cambios sociales, la violencia y los violentos, no deja de generar contradicciones y conflictos internos. El caso más evidente es la Teología de la Liberación, en la cual se advierte una escisión entre la perspectiva institucional y la labor de ciertos líderes católicos y evangélicos.

2.2.2 Marco Legal

2.2.2.1 Constitución Política de Colombia, CPC, 1991.

El artículo 19 de la Constitución Política de Colombia, establece la libertad de cultos, el derecho de toda persona a profesar libremente su religión y difundirla en forma individual o colectiva, y la igualdad ante la ley de todas las confesiones religiosas e iglesias.

La fecha de entrada de vigencia del artículo fue el jueves, Julio 4, 1991 - 5:00pm

2.2.2.2 Ley Estatutaria 1806 de 2016 – 24 de agosto del 2016

Se dictan medidas legales y especiales para reglamentar el plebiscito en la refrendación del acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. Los procedimientos de convocatoria y votación se regirán por la articulación de los poderes del Estado Colombiano para llamar a los ciudadanos a las urnas.

2.2.2.3 Acuerdo Final de Paz

La finalidad del Acuerdo Final de Paz entre el Estado colombiano y en ese entonces grupo insurgente Farc-ep es para poner fin a la guerra armada que duró 60 años en especial en la zona rural del país. Eso se dio por medio de unos puntos en específicos, que fueron construidos

en La Habana, Cuba, sin embargo para el cumplimiento el acuerdo ambas partes deben comprometerse para la estabilidad de la paz, conocer la verdad y reparar a las víctimas.

El Acuerdo Final de Paz incluye los siguientes puntos acordados:

- Poner fin a la guerra.
- Verdad, justicia y reparación para las víctimas.
- Contra el narcotráfico.
- Mejores oportunidades para el campo.
- Más participación y democracia.
- La puesta en marcha del acuerdo final.

2.2.3 Marco conceptual

2.2.3.1 Comunicación:

Según la Real Academia Española (RAE) define la comunicación como: ‘Acción y efecto de comunicar o comunicarse’, mostrando la interactividad como eje fundamental de la comunicación cuando menciona ‘efecto’, pero para eso se necesita un emisor, receptor y el canal, es ahí donde el modelo de Lasswell, H. (1948). ‘The structure and function of communication in society’ se complementa a lo que la RAE define que para describir un acto de comunicación se necesita responder las siguientes preguntas:

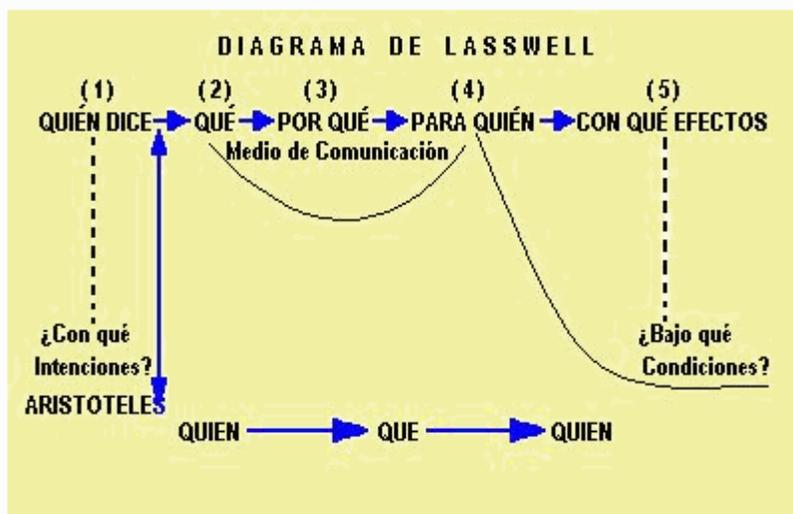


Figura 1: Diagrama de Lasswell

Tal motivo es vital identificar los elementos que componen la comunicación ya sea de forma verbal o corporal y responder al cuestionamiento que plantea Lasswell, “El estudio científico del proceso comunicativo tiende a centrarse en algunos de estos puntos interrogativos”. (Lasswell, 1948, p. 216).

Es una constante evolución que se va transformando frente a las necesidades del ser humano al momento de comunicar las experiencias y el simbolismo que construyen el desarrollo de la sociedad, la cual busca el sentido del contexto socio-cultural.

Pero decir comunicación es hablar de procesos cargados de sentidos profundamente antagónicos. Pues, de un lado, la comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor y las

transformaciones culturales que nos hacen contemporáneos del futuro, ya que, asociada al desarrollo de las tecnologías de información, la comunicación nos proporciona la posibilidad de alcanzar al fin de la definitiva modernización industrial, de la eficacia administrativa, de las innovaciones educativas y hasta del avance democrático que entrañarían las virtualidades descentralizadoras de la informática. (Barbero, 2005, pp. 117 y 118).

Con lo anterior, la comunicación es el intercambio de conocimientos e ideas que se dan por un proceso comunicativo que responde a unos interrogantes sobre los protagonistas que realizan la acción de comunicación ya sea de manera verbal o no verbal.

2.2.3.2 Política:

La RAE define la política como: ‘Dicho de una persona: Que interviene en las cosas del gobierno y negocios del Estado’, es el relacionamiento que tiene los ciudadanos que comparten y realizan acciones que inciden en el bien común, ya sea de manera positiva o negativa, para direccionar este concepto Hannah Arendt define la política como:

“Una necesidad para la vida humana, tanto individual como social... la misión y fin de la política es asegurar la vida en el sentido más amplio. Es ella quien hace posible al individuo perseguir en paz y tranquilidad sus fines”. Arendt.(2008).

Es la causa o situaciones que hacen que la misma ciudadanía se apropie de los asuntos públicos y son ellos mismos proponiendo y ejecutando acciones que les permita satisfacer las necesidades humanas, mediante los Derechos Humanos donde el objetivo principal es alcanzar la paz.

En la perspectiva de Max Weber, “la política es lucha, la violencia es su medio específico y la guerra su expresión más sublime”, es la misma sociedad que lucha frente a las injusticias sociales, desde la planificación y organización de los movimientos para exigir las garantías que un ser humano político merece vivir, eso se produce mediante los debates público.

2.2.3.3 Comunicación pública:

Lo público va más allá de las acciones y ejecuciones que realiza un Estado, lo público es lo que le pertenece a todos dentro de su autonomía e independencia, lo que se le denomina interés general, la cual se construye y se materializa por medio de la comunicación pública, a lo que se traduce la movilización social, puesto que impone una agenda pública a la ciudadanía y al Estado buscando comunicar circunstancias de sentido común.

Como lo señaló el politólogo francés Daniel Pécaut, en el V Encuentro Iberoamericano del Tercer Sector realizado en Cartagena de Indias en abril de 2000:

“La noción de lo público está asociada a la aceptación de un principio de semejanza entre todos los miembros de la sociedad, la visibilidad de los debates en un espacio no organizado por el Estado, una distancia con la política institucional, reconocimiento de un mundo común en cuyo seno se construyen las particularidades de grupos con diferentes tipos de identidad”. (Pécaut, 2001, p. 46).

Esta relación entre lo público y la comunicación muestra la dinámica de la sociedad, que sin duda la ciudadanía es el centro de la agenda social por su participación activa en los procesos movilizadorio, donde la finalidad es crear debates que reinen los consensos y disensos bajo el propósito del fortalecimiento de las políticas públicas y la democracia que logrando así el desarrollo de la comunidad.

“El concepto de comunicación pública actualiza la lucha de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en el devenir de los procesos políticos concernientes a la convivencia con “el otro” y por participar en la esfera pública, concebida ésta como el lugar de convergencia de las distintas voces presentadas en la sociedad”. (McQuail, 1998, p. 112).

2.2.3.4 Comunicación política:

Existen muchos conceptos de comunicación política arraigada a teorías de la psicología y la sociología, sin embargo existen ciertas particularidades que definen verdaderamente el

concepto de comunicación política que está estrechamente relacionado con el funcionamiento de las instituciones del Estado, en el que participan actores sociales, políticos, periodistas y analistas políticos.

“Es el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública, a través de los sondeos” (Wolton, 1998, pp. 29-30).

Esa estrecha interacción tiene una finalidad de influir y de generar impactos en la sociedad y en la conducta humana en el flujo de información por medio del sondeo de opinión.

“Hablamos de comunicación política fundamentalmente para referirnos a la relación que mantienen gobernantes y gobernados, en un flujo de mensajes de ida y vuelta, a través de los medios de comunicación social y con el concurso de periodistas especializados en cubrir la información generada por las instituciones y los protagonistas del quehacer político”. (Del Rey Morató, 1996, p. 183).

2.2.3.5 Marketing político:

Las contiendas electorales y las funciones de los gobiernos por lo general buscan la aceptación del público frente a los manejos políticos-administrativos que se realizan y de las propuestas que buscan el ‘bien común’, sin embargo para eso se necesita saber comunicar lo que

se quiere transmitir a través de estrategias que vendan una mejor imagen por medios de comunicación y por redes sociales, la cual se denomina como 'marketing político o estrategia de gobierno'. En este escrito se menciona dos grandes referentes que aterrizan el concepto y profundizan en el área a investigar, puesto que este es la columna principal de la presente investigación.

El Doctor Bruce I. Newman, profesor de mercadotecnia de la Universidad DePaul en Chicago, define el marketing político como “la aplicación de principios de mercadotecnia y procedimientos en las campañas políticas de varios individuos y organizaciones. Los procesos involucrados incluyen el análisis, desarrollo, ejecución y gerencia de campañas estratégicas de candidatos, partidos políticos, gobiernos, lobistas y grupos interesados en influenciar la opinión pública, dar avance a sus propias ideologías, ganar elecciones y hacer legislaciones en respuesta a las necesidades y requerimientos de personas selectas”.

Es así que el marketing político está en constante dinamismo por parte que los que ostentan el poder y está jugando un papel preponderante en el comportamiento del ser humano mediante la opinión pública, donde se mide la aprobación o desaprobación de la gestión pública y política. De tal motivo, los estrategas políticos es la ficha clave que analiza el contexto para elaborar la estrategia y la táctica frente a un determinado tema que interviene la segmentación, targeting y posicionamiento.

Lock y Harris (1996) definen marketing político como una disciplina orientada al “estudio de los procesos de los intercambios entre las entidades políticas, su entorno, y entre ellas mismas, con particular referencia al posicionamiento de estas entidades y sus comunicaciones” (p.21).

2.2.3.6 Religión:

Existen varios autores que definen el concepto de religión de manera amplia, se menciona a dos autores que han realizado estudios de la religión y la relación que esta tiene con la sociedad.

Para el célebre sociólogo, Émile Durkheim, la religión es «un sistema solidario de creencias y de prácticas relativas a las cosas sagradas, es decir separadas, interdictas, creencias y prácticas que unen en una misma comunidad moral, llamada Iglesia, a todos aquellos que se adhieren a ellas» (Durkheim, 1982, p. 42).

De la misma manera, se encuentra Max Weber, la religión es la única fuerza que capacita al hombre para redefinir el sentido de su vida, convirtiéndose en un enorme potencial para cambiar radicalmente la sociedad.

2.2.3.7 Corriente neopentecostal:

Teniendo el concepto de lo que es la religión, en ella se desprenden varias corrientes filosóficas, sociológicas y teología, en este caso hay una particular que ha tomado fuerzas en los países latinoamericanos como es la corriente neopentecostal, la cual estudiosos lo han definido como:

Según Heinrich Schafer, señala que ‘los neopentecostales representan, con sus intereses sociales, el espacio de lo interno. La calificación de fuerzas sociales concretas, por tanto, sólo puede darse de manera deductiva y bajo un único criterio: demoníaco es todo aquello que se opone a los que tienen el Espíritu en el campo de sus relaciones externas y que debilita a sus personas. Por tanto los demonios están activos en todos los campos de la vida privada y pública’.

Incidir en los procesos políticos y sociales del Estado es la finalidad de esta corriente, que apelan a ciertas estrategias para captar la atención de público, con el fin de capitalizar feligreses que también se vinculen a sus principios de ‘divina prosperidad económica’, la cual utilizan el marketing para vender ese concepto.

En la investigación ‘El neopentecostalismo y sus caracterizaciones América Latina’ de René A. Tec- López señalan que ‘el neopentecostalismo el uso del marketing y la massmediatización de la fe. Esto significa que, para atraer a más miembros, se ha convertido el mensaje religioso en algo lúdico, entretenido y por lo tanto, accesible. Por consiguiente, se

transformó el lugar sacro de los templos de diversas formas. El púlpito dejó de ser visto como un espacio exclusivo para una liturgia solemne, es decir, aquel separado de las cosas profanas que inundan el mundo exterior. En su lugar, vemos la inclusión de actividades, gestos, rituales, géneros de música y mensajes que podrían confundir a cualquier incauto que no esté familiarizado con la naturaleza de la práctica neopentecostal’.

2.2.3.8 Discurso religioso:

En los cargos que ostentan poder el discurso es persuasivo y busca influir en el comportamiento del ser humano vendiendo un imaginario de esperanza e ilusión, pero hay investigaciones y autores que definen en específico el discurso religioso de diferentes corrientes.

Samarin define al discurso religioso como “aquel lenguaje ritual que es utilizado en actividades religiosas de una comunidad en particular y donde el uso del lenguaje está visiblemente relacionado con el comportamiento que toman las personas de la comunidad religiosa en dichas actividades”.

De la misma manera, Jurgen Habermas, Habermas se refiere a la <<función originaria, a la vez dominadora de los afectos y productora de sentimientos, de las primeras imágenes místicas y símbolos lingüísticos» (1999: 19).

La posmetafísica de justificación de lo político, en referencia al abandono del recurso del lenguaje religioso para la legitimación del poder. Sin embargo, reconoce que en la actualidad la teoría de unos procesos de secularización progresiva del mundo debe ser revaluada, y observa que solo Europa estaría exenta de una revitalización de las fuerzas sacras que afecta, incluso, al discurso público (Habermas, 2006, p. 9).

2.2.4 Marco teórico

El discurso religioso es una acción que la sociedad no ha discutido y tampoco ha analizado de la influencia que este tiene en diferentes campos de la vida desde lo económico hasta lo político, sin embargo para ser influido debe haber un medio en que el mensaje llega. En esta investigación se aborda desde el discurso religioso del pastor Miguel Arrázola como marketing político en el plebiscito por la paz en el año 2016.

Hay muchas teorías y autores que han estudiado sobre el tema, pero hay uno que llama la atención porque es del contexto nacional sobre ‘Análisis de las expresiones en torno a la religión en las estrategias de marketing político. Estudio de caso: campaña política a la Presidencia de la República de Colombia de Juan Manuel Santos Calderón’ por Ana Carolina Noriega Pitre (2012). Que brinda las estrategias que utiliza la religión en tiempos electorales, de igual manera se apoya con autores que también se apoyan la presente investigación.

El proselitismo político en las iglesias es muy común cuando los líderes o pastores religiosos tienen algún pacto o relacionamiento directo con dirigentes de la vida pública que aprovechan los espacios religiosos para captar la atención de los feligreses y así ganar adeptos al objetivo alcanzar: es ganar las elecciones, por medio de la estrategia.

De acuerdo a Gustavo Martínez Pandiani existen tres clases de estrategias de marketing político:

La primera, corresponde a la Estrategia Política: su objetivo central es definir la propuesta política o, en otros términos, el qué decir, de un candidato y su producto político. Para conseguir este fin, se vale de distintas herramientas técnicas que proporcionan la información adecuada que llega a determinar qué proponer al electorado, es decir, qué propuesta política diseñar, actualizar y proyectar.

La segunda, corresponde a la Estrategia Comunicacional y de Elaboración del Discurso: su fin es transmitir con contundencia lo que el electorado espera escuchar, capturando la adhesión de cada tipo de destinatario por medio de la utilización de las palabras y los medios más convenientes. Su objetivo es formar un discurso político, cuya transmisión y comprensión sea eficiente y eficaz.

Y la tercera, atañe a la Estrategia Publicitaria: su función es crear, trazar, plantear, establecer y hacer conocer la imagen de un candidato y su producto político en función de lo que éste es y persigue. Su objetivo es traducir el discurso en imagen, dándole un formato audiovisual

atrayente que recurriendo a apelaciones emocionales, oriente la voluntad del votante en favor del candidato.

En este sentido, la fusión que existe entre la religión y el marketing político es contundente e interviene en las tres fases que menciona Pandiani, es un discurso que la finalidad es generar emociones para que las masas sean significativas en democracia, sin embargo no tienen una posición crítica frente al origen de la influencia la cual va ejercer el sufragio.

Los datos de la ciencia política son evidentes: los temas políticos se vuelven importantes cuando despiertan sentimientos en los votantes y las emociones contenidas en éstos los sesgan para bien o para mal, despertando el razonamiento, enmarcando la comprensión y movilizando la acción. [...] Las creencias de los ciudadanos parecen ser el factor clave que determina la conducta política. (Castell, p. 23).

Conductas políticas determinados a la concepción subjetiva de fe y salvación, que están puesto en hechos 'sagrados', entendido como la interpretación teológica o doctrinas de fe, ejecutándola a una realidad circunstancial mediante de enseñanzas y ejemplo de vida, la cual la oración personal, sermones y alabanza es la protagonista en la toma de decisiones y marca la posición política del feligrés.

En este orden de ideas, la religión es utilizada por el marketing político para llegar definir y fortalecer las estrategias electorales que marcan hechos de la administración pública, genera

sentimientos en los feligreses y transforma a los líderes religiosos a líderes políticos que utilizan sus medios para publicitar el mensaje.

Los actores políticos que desean participar de una competición electoral nacional, deben conocer de qué forma referirse a la sociedad colombiana utilizando las estrategias correctas para llegar a ella. Una sociedad que en parte se encuentra influenciada por principios ideológicos con afinidad sobre lo religioso, donde los candidatos podrían mantener y estipular una propuesta, un discurso y una imagen que otorgue mucha mayor favorabilidad al compartir esta condición.

(Noriega, 2012, p. 16)

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1 Enfoque Metodológico

El buen manejo de los datos, la ética profesional y análisis de la información, permitirá que la investigación goce de un rigor investigativo bien calificado que tenga presente el objetivo primordial de lo que se quiere concluir en ella, pero, para eso, es un reto conocer el contexto sociopolítico, la cual se mueve los habitantes en un mundo dinámico, en donde son influenciados por actores que buscan tener poder político por medio de la religión, en eso se centra en el presente trabajo.

En este proyecto se maneja un enfoque cualitativo, que a través de sus instrumentos de recolección de datos, se ampliará la mirada crítica y analítica frente a los discursos que son emitidos con un tinte religioso, pero su intención es con fines políticos que logra un resultado favorable a los pastores. “Estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”. Blasco y Pérez (2007:25).

Es importante conocer el trasfondo de la situación anterior, que logró una decisión importante en el ámbito político; por el protagonismo de los creyentes y el papel persuasivo del pastor, sin duda logra conocer el propósito con el que fue utilizado el discurso religioso como estrategia política que le dio finalmente la victoria en el plebiscito por la paz.

Es oportuno en esta investigación conocer el porqué de la proliferación de conceptos religiosos que dan legitimidad moral a las contiendas electorales, y cómo influyó en la decisión del plebiscito por la paz, un hecho trascendental que marcaría la historia política de Colombia, sumergida en hechos de violencia y polarización. Por eso, el enfoque cualitativo aborda la información, conceptos, percepción y comportamientos que son influenciados por líderes religiosos.

3.2 Diseño Metodológico

El objeto de estudio se abordó desde el análisis del discursos del pastor Miguel Arrázola con el propósito de reconocer los conceptos y argumentos que emitía, de la misma manera, se tuvo en cuenta el grupo focal dirigido a feligreses de corrientes neopentecostal que logró una interacción conversacional frente a los discursos del pastor, por último se realizó una entrevista semiestructurada a expertos claves en materia de marketing político y ciencia política que logró nutrir el trabajo investigativo de una manera holística, en donde se tuvo presente sus opiniones de cara a la investigación.

3.3 Nivel de Investigación

La rigurosidad de esta investigación se centra en los elementos discursivos con énfasis en los conceptos políticos-religiosos como marketing político que movilizó a los feligreses en el plebiscito por la paz, por tal motivo el método de investigación de este trabajo de grado es la etnometodología.

La etnometodología intenta estudiar los fenómenos sociales incorporados a nuestros discursos y nuestras acciones a través del análisis de las actividades humanas. La característica distintiva de este método radica en su interés por centrarse en el estudio de los métodos o estrategias empleadas por las personas para construir, dar sentido y significado a sus prácticas sociales cotidianas. Además, a la etnometodología no le basta con la simple comprobación de las regularidades, sino que desea también y sobre todo explicarlas. (De landsheere, 1994:339).

Este trabajo analiza todos los hechos, la cual se ha visto inmersa el pastor Miguel Arrázola en su ciberactivismo político y por sus discursos emitidos desde el pulpito de su iglesia Ríos de Vida de Cartagena, que ha logrado tener la aceptación de la opinión pública, de igual manera, a las particularidades que impulsaron a las personas a ejercer el sufragio por el “No” en el plebiscito por la paz en el año 2016. Por lo anterior se centra en un solo componente que es la estrategia política para capitalizar el poder político desde lo religioso.

Esta investigación está inmersa a las causas, los motivos y los procedimientos de acción que lleva a los feligreses a ser influenciados por su pastor, donde el sentido crítico y analítico

frente a los procesos políticos queda en manos de los que dirigen iglesias de corte Neopentecostal, y no tener el carácter autónomo de decidir en los temas de bien común.

3.4 Población y Muestra

La población que se tomó en este proyecto investigativo fueron 10 feligreses de la Iglesia Centro Cristiano Pamplona que es de corte neopentecostal, en un evento de la congregación que se denominó ‘Día Internacional de la Biblia’ desarrollada el 31 de octubre del 2021, la cual la muestra probabilística es con base a la información suministrada por la secretaría general de la iglesia que incluía feligreses bautizados o congregados y que en su defecto votaron en el plebiscito por la paz. Se les hizo el grupo focal para identificar los elementos discursivos político-religioso emitido por el pastor Miguel Arrázola que influyeron en sus feligreses y seguidores en la decisión del plebiscito por la paz en el año 2016, que fueron divulgados en el pulpito de la iglesia Ríos de Vida y por la cuenta personal de Twitter del pastor, siendo esta la forma más sencilla de entender los conceptos que persuaden dentro de la estrategia política e identificar cuando alguien está siendo manipulado frente a estos procesos.

De igual manera, se tiene presente 2 expertos claves; uno en marketing político y otro en ciencia política que opinaron sobre el discurso la interactividad que generaba el pastor Arrázola por sus redes sociales y las concentraciones políticas que se realizaban dentro de su iglesia en Cartagena, con lo anterior son con el fin de conocer el espacio que generó un impacto significativo en los feligreses y seguidores para tomar la decisión “No” en el plebiscito.

el análisis que determinará las características que juega la religión en los espacios sociales y políticos dentro de un contexto democrático-participativo, que nutren el debate y el trabajo mediante los argumentos evidenciados que muestre la verdadera realidad de la vinculación de la religión en política y de los procesos que lleva en la sociedad, que logra direccionar la intención real, percepción y el comportamiento de ellos frente a los procesos políticos, además es necesario conocer los elementos discursivos que se imparte desde las congregaciones.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Análisis del discurso

Teun Van Dijk señala que el discurso se interpreta como un evento comunicativo completo en una situación social. ... Estos estudios deben profundizarse a través de la explicación de qué propiedades del texto y el habla condiciona cuáles propiedades de las estructuras sociales, políticas y culturales, y viceversa.

- **Discurso del pastor Arrázola apoyado con pasajes de la biblia e imágenes de la guerra y el proceso de paz en Colombia, emitido desde el púlpito y difundido en Twitter:**

| Elementos del lenguaje | Discurso |
|------------------------|----------|
| Repetición de palabras | |

| | |
|----------------------------|---|
| Entonación de las palabras | <p>“Para quedarse con tu reino, firmará la paz y dejará que su hija se case... entonces le hará caso a quienes, por estar a su servicio no cumplieron con el tratado de paz...será tanto su odio que hará cosas terribles en contra de ese tratado. Este rey, que casó a su hija tratará de ganarse la simpatía de los que no cumplieron el tratado de paz...pero a los que aman a su Dios se mantendrán firmes... y no, no harán caso.</p> <p>Ah no demasiada coincidencia pues, nada es coincidencia hermano, nada es coincidencia, nada es coincidencia. Yo sé pa’ dónde esto va... no me voy a persuadir...pero a que temen a su Dios, ¿qué va pasar? Se mantendrán firmes y no qué? El no es por que votar, ya yo cumplí, te toca a tí.</p> <p>(No tengas temor de decir la verdad frente a ningún poderoso porque Dios te dará lo que necesitas, no</p> |
| Muletillas | |
| Argumentación | |
| Uso de pasajes bíblicos | |
| Uso de la palabra ‘Dios’ | |

| | |
|--|--|
| | <p>importando lo que sí importa, no trafiques con el mensaje dale con todo frente a los poderosos de la tierra).</p> <p>Oh, Dios tiene su mano sobre nosotros... e hija con, tratado de paz... ¿casualidad, no?... el anticristo lo tenemos en Colombia... ese verso, es el anticristo en Daniel 11.</p> |
|--|--|

3.5.2 Entrevista semiestructurada

Según Sampieri (2006), las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas. ... La habilidad del entrevistador es vital para el éxito en la búsqueda de hecho por medio de la entrevista.

3.5.2.1 Perfil de los expertos claves

Experto 1:

Augusto Reyes es estratega político de la alcaldesa de Bogotá Claudia López, magíster en Comunicación Política y Gobernanza Estratégica de George Washington University. Es fundador de la firma de consultoría en asuntos públicos más reconocido en Latinoamérica Poder y Poder. Es autor del libro 100 consejos de poder, el antimanual para vencer en la escena política.

Experto 2:

Marcela Díaz Es politóloga egresada de la Universidad Nacional de Colombia y Magíster en Investigación Social Interdisciplinaria de la Universidad Distrital. Ha liderado diferentes acciones políticas en el municipio de Chía, Cundinamarca, que abarca lo cultural y ambiental. Actualmente es asesora de la Unidad de Trabajo Legislativo del senador Antonio Sanguino en el Congreso de la República.

Tabla 1

Entrevista semiestructurada a expertos en marketing político y ciencia política.

| Expertos | Preguntas |
|---------------|--|
| Augusto Reyes | 1. ¿Qué relación tiene su área de estudio con el sector religioso neopentecostal? |
| Marcela Díaz | 2. En el marco del plebiscito por la paz el pastor Miguel Arrázola de Cartagena emitía por redes sociales y en su pulpito un discurso religioso con tinte político, qué opina al respecto? 3. ¿Qué técnica o teoría dentro de su área de estudio cree que utilizó el pastor en su participación en el plebiscito? |

| | |
|--|--|
| | <p>4. ¿Los pasajes bíblicos dan legitimidad a las acciones políticas?</p> <p>5. ¿Cómo puede influir la religión en procesos electorales?</p> <p>6. ¿Cree que el activismo del pastor Arrázola en las redes sociales fue determinante en la decisión del voto del plebiscito por la paz?</p> <p>7. ¿En un futuro cómo visualiza la relación entre su área de estudio y sectores cristianos?</p> |
|--|--|

Las entrevistas se desarrollaron mediante las plataformas digitales de Instagram y Google Meet con el fin de conocer las opiniones y experiencias que han tenido los expertos frente al tema, de igual manera la interlocución fue vital para el enriquecimiento de las respuestas.

3.5.2 Grupo Focal

Se desarrollaron a 10 feligreses de la Iglesia Centro Cristiano de corriente neopentecostal.

Tabla 2.

10 feligreses

| Participantes | Preguntas |
|---------------|-----------|
|---------------|-----------|

| | |
|-------------------------|---|
| 10 participantes | <ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué opinan respecto al contenido publicado por el pastor Arrázola en sus redes sociales?2. ¿Creen que los líderes o pastores religiosos deben hacer campaña política durante el culto en sus iglesias?3. ¿Qué opinan sobre el discurso religioso (predica, sermones, pasajes de la biblia) con tinte político?4. ¿Considera que el discurso utilizado por el pastor Arrázola pudo influenciar a los feligreses sobre su voto en el plebiscito por la paz?5. ¿Por qué creen que votaron “No al plebiscito”?6. ¿Tienen en cuenta las opiniones de sus líderes religiosos en su vida personal?7. En las próximas contiendas electorales, ¿cree que participarán en política sus líderes y pastores religiosos? |
|-------------------------|---|

Capítulo IV

Resultados

4.1 Análisis del discurso

4.1.1 Repetición de palabras

Tabla 3

Repetición de palabras

| Repetición de palabras | |
|--|--|
| Elementos identificados | Análisis |
| <ul style="list-style-type: none"> • Paz • Tratado • No • Coincidencia • Dios | <p>Este aspecto retorico se produce de manera consiente e inconsciente dentro del discurso del pastor Miguel Arrázola, teniendo en cuenta el contexto hace repetidamente mención a esas palabras, puesto que son elementos claves para llevar a acabo lo que se quiere transmitir y comunicar.</p> |

Primeramente haciendo énfasis lo que es la paz para la sociedad y para el ser supremo de su creencia, relacionando el hecho del acuerdo de paz con la paz que emite la autoridad cristiana que es la biblia, induciendo y desvalorando lo que significa verdaderamente la paz.

De la misma manera, como su posición era 'No' al plebiscito claramente que su retórica sobre esa palabra tenía que ser repetitiva para dejar en claro la posición sobre lo acordado en La Habana, Cuba, induciendo a los feligreses votar por el 'No'.

Lo que llamó la atención frente al mismo es que utilizó la palabra coincidencia 3 veces relacionando el proceso de paz con el pasaje de la biblia de Daniel 11, dándole legitimidad aún más a su discurso y su posición electoral.

4.1.2 Entonación

Tabla 4

Entonación

| Entonación | |
|--|--|
| Elementos identificados | Análisis |
| <ul style="list-style-type: none"> • ‘Pero los que aman a su Dios se mantendrán firmes’. • ‘Y no harán caso’. • ‘Yo sé pa’ dónde esto va... no me voy a persuadir’. • ‘El no porque hay que votar’. • ‘Oh, Dios tiene su mano sobre nosotros’. • ‘El anticristo lo tenemos en Colombia’. | <p>La fuerza que emitía el pastor Arrázola en esos apartados de su discurso generaba sentimentalismos, ya que sus feligreses reafirman con entusiasmo las frases del pastor por medio del grito y aplausos.</p> <p>Eso logró enganchar a los feligreses frente al mensaje que se quería transmitir desde inicio a fin, sin embargo esos elementos identificados es la tesis principal de lo que se quiere influir, y fue lo que cobró más revuelo en su iglesia y en la opinión pública por medio de las redes sociales.</p> <p>La relación del expresidente Santos con el anticristo y la negación al acuerdo</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>de paz fue lo que su entonación y sus emociones salieran evidente en su discurso para reafirmar que sus convicciones religiosas van por encima que la construcción colectiva.</p> <p>En este apartado la protagonista fue la fuerza con la que el pastor emitía esos conceptos.</p> |
|--|--|

4.1.3 Argumentación

Tabla 5

Argumentación

| Argumentación | |
|-----------------------------|---|
| Discurso argumentativo | Análisis |
| <p>Introducción:</p> | <p>En la enmarcación del problema en el discurso del pastor Arrázola lo hace evidente en el apartado ‘Para quedarse con tu reino, firmará la paz y dejará que su hija se case’, dejando en claro que el problema principal que pasa Colombia es el acuerdo de paz entre el Estado Colombiano y las FARC.</p> |

| | |
|---------------------------|---|
| | <p>Una vez más lo reafirma por medio del pasaje bíblico de Daniel 11, transmitiéndole desde el inicio de la intervención que expresidente Santo y las FARC quieren perpetuarse en el poder y para eso se debe firmar la paz para cumplir el objetivo, de paso le da legitimidad puesto que la hija de Santo se había casado en esos tiempos del acuerdo de paz, y por ende el pastor relacionó esos hechos con el pasaje de la biblia dándole legitimidad por parte de sus seguidores.</p> |
| <p>Exposición:</p> | <p>El pastor informa a sus feligreses sobre los hechos significativos que tiene consigo el acuerdo de paz y en su retórica se puede determinar este fragmento ‘Este rey, que casó a su hija tratará de ganarse la simpatía de los que no cumplieron el tratado de paz...pero a los que aman a su Dios se mantendrán firmes... y no, no harán caso’, da a conocer que en la campaña electoral más conocido como la pedagogía de los acuerdo de paz tenía que ganarse la aprobación del sector que se oponían al acuerdo.</p> <p>Por tal motivo, los que estaban en contra del proceso se debían mantener firme en su decisión al ‘No’ y no dejarse influir en los que estaba a favor. Aconseja claridad y brevedad en la exposición, predisponiéndolos en los hechos significativos relacionados con la introducción y la</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | argumentación, se puede decir que es donde implícitamente se demuestra la verdadera intención. |
| Argumentación: | <p>El argumento expuesto por el pastor es gracia al pasaje de la biblia de Daniel 11, la cual se denomina como argumento en cadena, porque de la cita bíblica se derivan otros argumentos que utilizó el pastor para rechazar el acuerdo de paz donde quedó evidenciado en el siguiente frase de su discurso ‘pero a que temen a su Dios, ¿qué va pasar? Se mantendrán firmes y no qué? El no porque hay que votar, ya yo cumplí, te toca a ti’.</p> <p>Así mismo se puede denominar argumento de convicción porque apela a una adhesión sentimental, es decir movilizar a los feligreses por el miedo y el odio a votar por el ‘No’ lo que demuestra una seducción por su discurso, para así conseguir la acción que se puede llamar la persuasión para conmovier a los receptores del mensajes frente al plebiscito por la paz.</p> |
| Conclusión: | Finalmente el pastor agrega elementos como ‘el anticristo lo tenemos en Colombia... ese verso, es el anticristo en Daniel 11’ , concluyendo en su intervención que |

| | |
|--|--|
| | <p>los negociadores en La Habana son anticristo y lo reafirma en el texto de la biblia, la cual es su fuente de autoridad.</p> <p>Aun así recuerda a sus feligreses la tesis y argumento principal de su intervención y recae su idea fundamental religiosa que ha desarrollado durante el discurso.</p> |
|--|--|

4.1.4 Muletillas

Tabla 6

Muletillas

| Muletillas |
|--|
| <p>No se identificó muletillas en el discurso del pastor Miguel Arrázola, demostrando el poder de convencimiento de tiene por su buena oratoria.</p> |

4.1.5 Uso de pasajes bíblicos

Tabla 7

Uso de pasajes bíblicos

| Uso de pasajes bíblicos |
|---|
| <p>Durante su discurso se basó en el versículo 11 del libro de Daniel de la biblia.</p> |

4.1.6 Mención de la palabra ‘Dios’

Tabla 8

Mención de la palabra ‘Dios’

| Mención de la palabra ‘Dios’ |
|--|
| El discurso se menciona 3 veces ‘Dios’ ser supremo del cristianismo, palabra que utilizó para darle valor a su discurso. |

4.1.7 Análisis general del discurso

En la identificación de los elementos del discurso del pastor Arrázola en el marco del plebiscito por la paz su función principal fue relacionar el versículo de la biblia Daniel: 11 con el acuerdo de paz, la cual apeló a un discurso argumentativo pero con características políticas, ya que por ser narrativo y expositivo logró conmover a los feligreses a votar ‘No’ al acuerdo, una manera de generar miedo y rechazo frente al mismo.

Se puede decir que son estrategias manipulativas utilizando conceptos bíblicos a un hecho político que son totalmente distintas y ambas tienen direcciones opuestas, son discursos que se generan por medio del sentimentalismo y el arraigo cultural que tiene una población en este caso la comunidad cristiana en los procesos políticos, de una u otra manera no tienen la

formación política para determinar su posición y se dejan guiar por sus líderes religiosos que validan sus opiniones por utilizar la biblia a hechos cotidianos.

El eje principal es que llamó a los negociadores como anticristo dejando a sus feligreses de manera consiente un rechazo a las medidas implementadas en el gobierno Santo y la disposición de las FARC para acabar la guerra, se exhibe que un solo concepto puede acarrear consecuencias negativas como positivas en las acciones del ser humano, eso fue lo que hizo el pastor y logró relacionar bien el acuerdo de paz con el versículo de la biblia.

Finalmente no existen criterios que validen el discurso religioso con objetivos electorales o políticos, porque no hay objetividad o evidencia sustente la tesis por el emisor; que puede ser desinformación y descontextualizado frente a la realidad, solo genera emociones para que el receptor cumpla con el propósito que se quiere llegar.

4.2 Análisis de las entrevistas semiestructurada a expertos

4.2.1 Entrevista al experto Augusto Reyes

Tabla 9

Análisis del experto Augusto Reyes

| Augusto Reyes | | |
|--|---|---|
| Preguntas | Repuestas | Análisis |
| 1. ¿Qué relación tiene su área de estudio con el sector religioso neopentecostal? | No tengo conocimiento sobre la corriente neopentecostal. La religión y el marketing político no están de acuerdo, pero la una tiene de la otra, la religión ha hecho un buen marketing a lo largo de la historia, y el marketing político también se ha apoyado en la religión. | La opinión experta sobre marketing político reafirma que la religión y el marketing político han estado agarradas de las manos en las tomas de decisiones que inciden de manera directa e indirecta en las acciones que toma el Estado. |
| 2. En el marco del plebiscito por la paz el pastor Miguel Arrázola de Cartagena emitía por redes | Sí me acuerdo del pastor. Es normal si es pastor, sacerdote o un activista, obviamente que lo haga un líder de comunidad, eso reviste su opinión con una manera de fuerza y le da legitimidad, pero insisto independientemente | En el caso puntual del activismo del pastor Arrázola en el plebiscito por |

| | | |
|---|---|---|
| <p>sociales y en su pulpito un discurso religioso con tinte político, qué opina al respecto?</p> | <p>ciudadanos puede emitir sus opiniones como muchos lo hicieron en el marco del plebiscito por la paz.</p> | <p>paz, como es un líder sus acciones y opiniones cobran fuerzas puesto que tiene el poder de convencimiento en el espacio religioso, pero que es válido dentro de las dinámicas del cautivar votos.</p> |
| <p>3. ¿Qué técnica o teoría dentro de su área de estudio cree que utilizó el pastor en su participación en el plebiscito?</p> | <p>No sé si es una técnica, no confío en recetas y formulas y no soy de técnicas establecidas, creo que le pastor sustentado y reafirmado en su convicción, (No sabe de su cálculo político) revestido de su liderazgo de fe y de comunidad, utilizó sus redes sociales donde es fuerte, utiliza su propio nicho, su audiencia que es su comunidad y su plataforma que es su iglesia para darle potencia a su discurso.</p> | <p>Pese que no es de seguir normas o teorías que reafirme o legitime las estrategias que realiza, sí señala que el discurso del pastor llegó a una gran escala nacional por el uso de sus redes sociales que tiene un gran de seguidores que comparten sus contenidos y por ende caló a nivel nacional.</p> |
| <p>4. ¿Los pasajes bíblicos dan legitimidad a las acciones políticas?</p> | <p>La elocuencia que lo caracteriza lo ayuda muchísimo, a que sus palabras y opiniones hubieran tenido tanta</p> | <p>Ese espacio que tuvo en redes sociales señala el experto que es por la</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>exposición mediática y digital cuando opinaba en contra del plebiscito por la paz.</p> | <p>fuerza, carisma y la elocuencia con la cual emitía su mensaje que era votar</p> |
| <p>5. ¿Cómo puede influir la religión en procesos electorales?</p> | <p>A lo largo de la historia, la estrategia política, la comunicación y el marketing ha usado pasajes de la biblia, además la biblia tiene bastante episodio de contextos democráticos hablando a los ciudadanos. Después de haber ganado el ‘No’ el pastor utilizó pasajes de la biblia de ganador. El contenido religiosos en muy utilizado en la comunicación política.</p> | <p>‘No’, su relación entre los hechos que está plasmado en la biblia y las actuaciones del Estado. Ambos democráticos en sus acciones.</p> <p>Pero, allá del mensaje y la persuasión del pastor de su discurso religioso con tinte político Augusto dice</p> |
| <p>6. ¿Cree que el activismo del pastor Arrázola en las redes sociales fue determinante en la decisión del voto del plebiscito por la paz?</p> | <p>Creo que el pastor no fue decisivo en el plebiscito, como muchos opinaron, muchos hicieron activismo por el ‘Sí’ y por el ‘No’, el pastor no fue determinante, creo que es un asunto más de la convicción de fe y del ADN colombiano que tiene la polarización en Colombia que lleva muchos años. El pastor no fue fundamental en el plebiscito.</p> | <p>que su activismo no fue determinante en la decisión final, puesto que Colombia viene de muchos años atrás desde su inicio como república independiente conflicto entre las ciudadanía lo que se denomina como polarización, que</p> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>7. ¿En un futuro cómo visualiza la relación entre su área de estudio y sectores cristianos?</p> | <p>En mi libro 100 Consejos de Poder hablo de alrededor de la religión y la audiencia cristiana, Colombia va en ese camino, México está fuerte, Brasil y centroamérica también. Y en Colombia en las próximas elecciones va haber más incidencia en las iglesias y líderes cristianos van a jugar un papel relevante que cualquier otra elección, definitivamente en medio de la fragmentación social y política, las religiones van a jugar un papel como nicho o tribus de dogmas o comportamientos.</p> <p>Tribus de fe que de alguna manera harán alianzas con tribus o líderes que representen sus convicciones e ideario, van a tener mucha más participación en la política electoral en la confección de la normatividad, cada vez más claro, su incidencia va hacer mucho mayor con el pasar de los años, si antes eran aliados o mecenas de políticos y ahora se toman la</p> | <p>demuestra que es muy difícil de comprender el estudio o/u origen de la decisión final en el plebiscito ya que existía unos antecedentes en los procesos electorales en Colombia.</p> <p>En los procesos democráticos da entender que para ganar una contienda electoral hay que estar untado de las fuerzas religiosas que den legitimidad y fuerza a la estrategia política, porque el marketing político a este análisis no es la culpable que la ciudadanía no son críticas y analíticas en los procesos políticos. Es un fenómeno que se viene acrecentando</p> |
|--|---|--|

| | | |
|--|---|--|
| | <p>representatividad en congresos, alcaldía y demás que son abiertamente cristiano, hacen que en sus decisiones influya sus idearios cristianos, así como sucede por muchos años.</p> <p>La iglesia Católica ha incidido en la confección del Estado, en la confección de la educación del Estado, durante toda la historia en Colombia. Esto va a un camino de una influencia mayor, va camino a una mayor participación, las iglesias en la política electoral y en la de gobierno.</p> | <p>en Latinoamérica por la relación que la religión y el marketing político tiene para ganar las elecciones.</p> |
|--|---|--|

4.2.2 Entrevista a la experta Marcela Díaz

Tabla 10

Análisis de la experta Marcela Díaz

Marcela Díaz

| Preguntas | Respuestas | Análisis |
|---|---|--|
| <p>1. ¿Qué relación tiene su área de estudio con el sector religioso neopentecostal?</p> | <p>La ciencia política es muy amplio, pero lo que se estudia es el tema del poder. La religión tiene una relación con el estudio. Esas iglesias tienen una influencia en el ejercicio del poder político en Colombia y Latinoamérica, porque vemos que esas iglesias moldean a la gente por la influencia que ellos tienen.</p> | <p>La fuente consultada tiene un claro conocimiento frente a la separación entre el Estado colombiano y la religión, dando ejemplos del contexto que ha vivido el país de la incidencia que tiene la</p> |
| <p>2. En el marco del plebiscito por la paz el pastor Miguel Arrázola de Cartagena emitía por redes sociales y en su pulpito un discurso religioso con tinte político, qué opina al respecto?</p> | <p>Me parece nefasto y me produce miedo, porque cómo es posible que dañen la parte trascendental de los seres humanos para manipular para un fin político. Una de las características de esas iglesias es que son monopolio económico.</p> | <p>religión en los procesos electorales y como administración pública, la cual rechaza ese relacionamiento puesto que los interés de la religión no puede verse</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>La escuela de Camilo Torres y el cristianismo revolucionario iba mucho más de lo social, en cambio este corte es un tema de poder y económico, entonces ellos empiezan un poderío, se han dado cuenta que a través de la política pueden generar beneficios económicos a sus estructuras.</p> <p>Lo que vemos es una manipulación con ningún argumento político, sino con argumentos interpretativo de la religión. Juegan al bien y el mal.</p> <p>La falencia es que Colombia no tiene una educación política, porque si alguien no tiene criterio, puede pasar lo que pasó el marco del</p> | <p>plasmado en las políticas públicas del Estado, puesto que ambas realizan funciones distintas y tienen objetivos diferente, que lo único que se parecen es la capacidad de llegar a un público o masa para llegar a un fin.</p> <p>Un fin tiene una particularidad que es la manipulación. La experta clave en este trabajo de grado señala</p> |
|--|---|---|

| | | |
|---|--|---|
| | <p>plebiscito por la paz, para mí fue nefasto porque fue frustrantes; lleno de mentiras y manipulación</p> | <p>que para tener una conciencia frente al dinamismo entre</p> |
| <p>3. ¿Qué técnica o teoría dentro de su área de estudio cree que utilizó el pastor en su participación en el plebiscito?</p> | <p>Creo que atañe a lo básico al bien y al mal, a partir de allí se puede generar un discurso enorme, manipulas por el poder simbólico mediante metáforas y espiritualidad que puede influir en las decisiones finales de la ciudadanía. Eso es marketing porque vende.</p> <p>La cultura de masas se viven a flor de piel, la gente se siente identificado con el otro y esta cadena hacen que actúen a lo que el líder dice. La mentalidad de la masa no es crítica y no indaga.</p> <p>Es básicamente estás con Dios o con el demonio; el demonio para los religiosos son los</p> | <p>política y religión es proyectar una educación política donde los ciudadanos puedan decidir en las dinámicas de la sociedad de un carácter crítico, analítico y constructivo que tenga la capacidad de decidir por sí mismo y no dejarse influenciar por actores que buscan su interés particular que el interés común que es la finalidad de la política.</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>Derechos Humanos, Santos, el castrochavismo y la comunidad LGBT entonces a través del bien y del mal empiezan a manipular cultura de masa porque lo hace mediante el sentimiento de esa espiritualidad y manipulan para que tomen una decisión.</p> | <p>Teniendo una contextualización de los elementos de política y religión, la fuente agrega que en el marco del plebiscito por la paz</p> |
| <p>4. ¿Los pasajes bíblicos dan legitimidad a las acciones políticas?</p> | <p>No dan legitimidad. Eso depende del contexto también. Los discursos religiosos niegan derechos.</p> <p>Pero para las masas que creen en Dios esos discursos o pasajes sí son legítimos.</p> <p>Por ejemplo recién inició la pandemia Iván Duque dijo que una de las acciones era rezar a la virgen de Chiquinquirá, eso no es legítimo.</p> | <p>la actividad del pastor Arrázola en redes sociales y en su iglesia fue frustrante a los que por muchos años han buscado la reconciliación y la paz mediante el diálogo, puesto que el discurso del pastor enmarcó lo que es bueno y malo en la sociedad pero no una propuesta</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>La religión es capaz de moldear tu criterio y tu forma de pensar, que estando en instancia del Estado utilizan esos conceptos y para las masas eso es legítimo.</p> | <p>que logre construir. Solo se basó en conceptos religiosos con tinte manipulativos a los feligreses para influir en la decisión final.</p> |
| <p>5. ¿Cómo puede influir la religión en procesos electorales?</p> | <p>Las iglesias son empresas, negocian con el Estado, y a los que apoyan es el bien y el opositor es el mal.</p> <p>Los políticos dan las donaciones a las iglesias para que los líderes los ayuden delante los feligreses con sus estrategias.</p> <p>Para mí es peligroso pero es real.</p> <p>El partido Mira y Partido Colombia Justa y Colombia ellos se dieron cuenta del poder en las instancias del Estado, por eso sus ideologías y valores cristianos priman más que los derechos</p> | <p>La experta clave está convencida y le gustaría que personas religiosas declarada abiertamente lleguen a los espacios de representación política, sin embargo lo que le molesta es que los proyectos o políticas públicas vayan a</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>humanos en el Estado. Eso es lo que ponen en la agenda pública.</p> | <p>orientado hacia su creencia o dogma de fe, desconociendo en</p> |
| <p>6. ¿Cree que el activismo del pastor Arrázola en las redes sociales fue determinante en la decisión del voto del plebiscito por la paz?</p> | <p>Totalmente, la desinformación de lo que significó el acuerdo fue determinante, el poder de las iglesias cristianas a nivel nacional es impresionante.</p> <p>Años anteriores la lucha era la falta de acceso a la información porque eran manejados por los medios masivos, y pues obviamente los medios no difunden lo que es la realidad, pero ahora en las redes sociales en teoría se puede decir que la gente tiene acceso a toda la información y por lo tanto su decisión debe ser más objetiva para conocer el panorama de cada situación, sin embargo no es así, porque la</p> | <p>general que existe poblaciones que no creen en Dios y sus políticas son discriminatorias, es una realidad que lo ve muy lejano mientras que sus políticas sean incluyentes y participativa no le ve algún inconveniente que lleguen a cualquier poder del Estado.</p> <p>De la misma manera, la experta hace un hace una crítica a las personas que asisten los</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>ciudadanía no tiene un consumo cultural que favorezca una decisión crítica.</p> <p>Los contenidos difundido por el pastor en el marco del plebiscito influyó en la decisión electoral y de opinión, porque el pastor no solamente lo escucharon sus feligreses en Cartagena, si no todos los feligreses de todo el país quienes tuvieron accesos a las redes sociales que tienen la misma creencia y la certeza que esa iglesia es el camino para llegar a Dios. El activismo del pastor Arrázola y todos los que estuvieron en contra del plebiscito sí fue determinante.</p> | <p>centros religiosos, ya que son masas que no cuestionan los movimientos o acciones que realizan sus líderes, dejándose guiar como masas acrítica y es ahí que se ve plasmado la manipulación en las iglesias.</p> <p>Y como no hay cuestionamiento por parte de los feligreses ella cree que el contenido del pastor Arrázola sí influyó porque de lo contrario hubiera movimientos dentro de</p> |
|--|---|---|

| | | |
|--|--|---|
| <p>7. ¿En un futuro cómo visualiza la relación entre su área de estudio y sectores cristianos?</p> | <p>Genera mucho temor, porque esas iglesias evidenciaron el poder que tienen en la elección popular para llegar a las instancias del Estado.</p> <p>La tarea es intentar la educación popular para que la gente empiece a no ser manipulados con otra corriente espiritual.</p> <p>La ciencia política está íntimamente ligada al tema porque es un tema cotidiano, y todo es política. Esa relación siempre ha existido y sigue siendo estrecha en el tema electoral.</p> <p>Ahora el tema es directo te dicen Petro es el demonio y Duque es Dios y eso pasó en el plebiscito.</p> | <p>la congregación que contrastara ese discurso con la realidad objetiva lo que significó el acuerdo de paz en el país. Eso fue decisivo en el plebiscito la desinformación y la actitud pasiva de la ciudadanía.</p> <p>Por lo tanto, la experta tiene la esperanza que las nuevas generaciones hagan un cambio en la cultura política de Colombia que abarque el voto informado y la participación política por los mecanismos de</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Los jóvenes serán determinante para dejar esas corrientes.</p> <p>Tiene que haber un cambio en la cultura política de Colombia.</p> <p>No estoy en contra que los cristianos o religiosas ocupen cargo de elección popular, de que cumpla su función y que no vulneren los derechos de las otras comunidades para mí no hay problemas, el lío es cuando empiezan atentar contra los derechos de los demás simplemente por sus creencias religiosa o espiritual.</p> | <p>participación ciudadana. Que hagan política no pasando por los derechos de las comunidades minoritaria.</p> |
|--|--|--|

4.2.3 Análisis general de entrevistas a expertos

La religión siempre ha venido desarrollando un trabajo con la comunicación y la política, ya que ambas necesitan de la otra para cumplir los objetivos con las masas que la finalidad es llevar un mensaje que logre persuadir y captar la atención.

Teniendo en cuenta la opinión de Augusto se concluye que el marketing político como énfasis de la comunicación política hace su trabajo estratégico que es llevar un mensaje, pero es la masa que debe tener en cuenta qué tipo de información consumen y determinará la influencia. El poder político cristiano-evangélico se ha hecho contar desde hace rato, una cosa distinta es que en estos tiempos se hace valer, lo que se traduce en que los votos fieles viene alimentando candidaturas de dirigentes, la cual su función es convertir la fe religiosa a lealtad política.

Es similar a lo que plantea la experta Marcela, ya que la disciplina y la influencia de los pastores como referentes del culto, la carisma y la defensa de los calores comunes han logrado mover sensaciones entre los feligreses para que tengan representatividad, sino para que intervengan y formulen políticas públicas acorde a sus posturas ultraconservadoras enmarcado a los conceptos bíblicos de muestra el desacuerdo la experta.

En conclusión por ambos se puede determinar que las iglesias se volvieron empresas electorales en tiempos de campañas, ya que no tienen alguna regulación por parte de ley, y son espacios que el proselitismo político en espacio religioso es evidente pero los feligreses no tienen conocimiento del mismo, en la que la desinformación y la persuasión son la protagonistas en el discurso en el que se puede llamar manipulación.

4.3 Grupo focal: 10 feligreses de la Iglesia Centro Cristiano en Pamplona, Norte de Santander.

4.3.1 Pregunta 1.

Tabla 11

Análisis pregunta 1

| PREGUNTA 1: ¿Qué opinan respecto al contenido publicado por el pastor Arrázola en sus redes sociales? | | |
|--|--|--|
| Participantes | Respuestas | Análisis |
| Participante A 26 años | La verdad yo no le veo nada de malo a ese vídeo. | En este apartado de la primera pregunta se puede decir que los feligreses tiene una aceptación por parte del contenido publicado por el pastor, sin embargo el participante C está en desacuerdo porque la finalidad de los líderes religiosos no están para hacer |
| Participante B 32 años | Creo que la gente tiene la libertad de hacer y deshacer lo que quiera. | |
| Participante C 33 años | No estoy de acuerdo con ese contenido publicado por el pastor, porque está haciendo proselitismo político. | |

| | | |
|---------------------------|---|---|
| Participante D 40 años | Yo no le veo nada malo al pastor y tampoco veo que sea proselitismo porque está diciendo la verdad, lo que dice nuestro señor Jesucristo. | <p>proselitismo político dentro de una iglesia y con base a ese argumento dos participante refutaron a su respuestas y demostraron con la expresión corporal la negación del mismo.</p> <p>De la misma manera, el participante E agrega que las redes sociales la gente puede publicar lo que sea, exhibiendo que los contenidos como el pastor puede influir en la opinión pública.</p> <p>Se analiza que los participante utilizan la palabra ‘verdad’ y ‘nada de</p> |
| Participante E 40 años | Las redes sociales uno publica lo que sea. | |
| Participante F 45 años | No le veo nada extraordinario al pastor y al contenido, creo que habló la verdad. | |
| Participante G 49 años | Estamos en la libertad de publicar lo que sea. | |
| Participante H 50 años | Yo creo que eso no es proselitismo como lo dice el participante C, lo que hizo el pastor en ese vídeo es que la gente se dé cuenta de lo que significa el acuerdo de paz. | |
| Participante I 51 años | Excelente lo que hizo el pastor. | |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| Participante J 55 años | Este vídeo informa de las consecuencias de votar a favor del acuerdo de paz. | malo' demostrando el encasillamiento de lo que es bueno y malo expuesto por la experta en ciencia política que este sector religioso no miran otras alternativas, sino que polarizan cualquier contexto. |
|---------------------------|--|--|

4.3.2 Pregunta 2

Tabla 12

Análisis pregunta 2

| PREGUNTA 2: ¿Creen que los líderes o pastores religiosos deben hacer campaña política durante el culto en sus iglesias? | | |
|--|---|--|
| Participantes | Respuestas | Análisis |
| Participante A | No es la finalidad, pero por mí no hay problemas. | Hay una gran aceptación por parte de los feligreses que sus líderes o pastores |

| | | |
|----------------|---|---|
| Participante B | Sí, no veo el porqué. | <p>hagan campañas políticas en sus iglesias sin ningún argumento que validen el proselitismo dentro de las iglesias.</p> <p>Así mismo el participante C expresa su desacuerdo porque la iglesia no debe verse inmerso en esos espacios, desviándose del objetivo principal de la misma.</p> <p>El participante J fue el único en no responder claramente la respuesta, sin embargo el participante G inducia en la respuesta del participante J que muestre el favor de la iglesia en política.</p> |
| Participante C | No estoy de acuerdo la verdad, porque en la iglesia se debe hablar de Dios y de la biblia más no hacer favores a partidos políticos y candidatos políticos. | |
| Participante D | Es un espacio público claro que sí. | |
| Participante E | Sí. | |
| Participante F | Sí. | |
| Participante G | El pastor y la iglesia son libres. | |
| Participante H | Sí estoy de acuerdo. | |
| Participante I | Pero por supuesto que sí. | |
| Participante J | No opinaré nada sobre esta pregunta. | |

4.3.3 Pregunta 3

Tabla 13

Análisis pregunta 3

| PREGUNTA 3: ¿Qué opinan sobre el discurso religioso con finalidad política? | | |
|---|---|--|
| Participantes | Respuestas | Análisis |
| Participante A | La biblia tiene muchos hechos de política, nuestro señor Jesucristo fue un político revolucionario. | El ambiente esta pregunta estaba tenso por la respuesta del participante C que rechaza esos discursos con tintes político y la respuesta por parte del participante G que de una manera rabiosa le refutó y lo invitó a moderar el vocabulario. Pese a esos choques verbales, la mayoría de los participantes manifiestan |
| Participante B | No veo nada de malo, la verdad. | |
| Participante C | ¡Es desastroso! La biblia no relaciona nada con la política y Dios no le gusta eso. | |
| Participante D | Jesus fue político y esos hechos lo relacionamos en la vida real, por eso yo creo que los pastores lo utilizan para guiarnos que decisión tomar frente a un tema. | |
| Participante E | Cuando lo amerita por mí no hay problemas. | |

| | | |
|----------------|---|---|
| Participante F | Todo es política, y en la iglesia por más que se hable de Dios estamos haciendo política y no le veo nada de malo. | estar de acuerdo con esos discursos religiosos con finalidad política, con el argumento que los pastores y líderes religiosos están en la libertad de hacerlo, ya que son guiados o instruidos por ‘Dios’ para transmitírselo a la iglesia en general para saber la verdadera decisión. |
| Participante G | No sé por qué el participante C se refiere a esos términos, Dios le gusta que ocupemos esos cargos políticos y la iglesia debe impulsar el proceso para que vivamos en una sociedad en paz y en temor de Dios, así que invito al participante C moderar su vocabulario. | |
| Participante H | Por qué no lo pueden hacer es libres de hacerlo. | |
| Participante I | Estoy de acuerdo en la participante G. | |
| Participante J | El pastor es guiado por Dios y si lo hacen es su la misericordia de Dios, amén. | |

4.3.4 Pregunta 4

Tabla 14

Análisis pregunta 4

| PREGUNTA 4: ¿Considera que el discurso utilizado por el pastor Arrázola pudo influencia a los feligreses sobre su voto en el plebiscito por la paz? | | |
|--|--|---|
| Participantes | Respuestas | Análisis |
| Participante A | No, porque los hijos de Dios somos guiados por el Espíritu Santo. | En esta pregunta se puedo analizar que las opiniones están divididas, la cual se basan en conceptos de bíblicos como el participante E, de la misma utilizan la teoría de lo bueno y de lo malo, radicalizando aún más su posición frente al tema. Un grupo también es consciente que esos contenidos sí pudo haber influido |
| Participante B | No. | |
| Participante C | Claro que sí, porque la gente no contrasta la información. | |
| Participante D | Yo creo que sí porque la gente no tiene la capacidad de determinar cuándo es influenciado. | |
| Participante E | Dios nos dio dominio propio. | |
| Participante F | Somos libres. | |

| | | |
|----------------|--|--|
| Participante G | Ja, ja, ja, ustedes creen que esto pudo influenciar? Obviamente que no. | <p>en la opinión pública puesto que las masas no tienen la capacidad de contrastar información e identificar cuando es influenciado.</p> <p>De todos modos, la polarización frente al mismo es evidente en el plebiscito por la paz y en el grupo focal.</p> |
| Participante H | Bueno, considero que sí, pero a la vez no creo porque es la propia gente que puede decidir qué es bueno y malo. | |
| Participante I | Yo creo que no. | |
| Participante J | Sí, porque ese contenido y el discurso escalaron a nivel nacional y las personas que son fanática pudo verse identificado con eso. | |

4.3.5 Pregunta 5

Tabla 15

Análisis pregunta 5

PREGUNTA 5: ¿Por qué creen que votaron ‘No al plebiscito’?

| Participantes | Respuestas | Análisis |
|----------------|---|--|
| Participante A | Santos y las FARC querían y quieren estar en el poder. | Se vuelve a poner tenso el ambiente por la respuesta del participante |
| Participante B | Pienso igual. | C, lo que enfureció al participante G. |
| Participante C | Porque estaban haciéndole favores al uribismo, aprovechando las iglesias para ganar, solo fue eso. | De igual manera, queda en evidencia la desinformación, la cual los feligreses salieron a votar en el marco del plebiscito, temas como: |
| Participante D | Esto es una democracia, esto no es Cuba o Venezuela. | Ideología de género. |
| Participante E | A mí me da miedo porque hablaba de la ideología de género, y creo que en eso o estoy de acuerdo. Los niños son los perjudicados en todo esto. | Una dictadura. |
| Participante F | Dios rechaza la hechicería y en Cuba donde negociaron por eso estábamos en desacuerdo con ese llamado acuerdo de paz. | Hechicería en el acuerdo. Elementos como eso fueron emitidos por el pastor, demostrando que el discurso con la desinformación también |

| | | |
|----------------|--|--|
| Participante G | Yo si quiero preguntarle al participante C cuál es el favor de la iglesia con Uribe, si lo hay presente usted las pruebas, además uno no puede negociar con narco terrorista que le han hecho daño al país, así de sencillo y al que no le guste suerte. | influyó en la decisión final del acuerdo de paz. |
| Participante H | Calma, por favor. Creo que no se socializó lo que se hablaba en Cuba. | |
| Participante I | Ideología de género. | |
| Participante J | Nadie puede negociar a los que han hecho daño a Colombia. | |

4.3.6 Pregunta 6

Tabla 16

Análisis pregunta 6

PREGUNTA 6: ¿Tienen en cuenta las opiniones de sus líderes religiosos en su vida personal?

| Participantes | Respuestas | Análisis |
|----------------------|---|---|
| Participante A | Sí. | En general hay una clara aceptación de los feligreses hacia las opiniones de sus líderes o pastores cristianos. |
| Participante B | Sí. | |
| Participante C | Depende de lo que dice. | |
| Participante D | Sí. | |
| Participante E | Sí. | |
| Participante F | Sí. | |
| Participante G | Pero claro que sí. | |
| Participante H | Sí. | |
| Participante I | Sí. | |
| Participante J | Claro que sí porque es él que lleva a sus ovejas al rebaño. | |

4.3.7 Pregunta 7

Tabla 17

Análisis pregunta 7

| PREGUNTA 7: En las próximas contiendas electorales, ¿cree que participarán en política sus líderes y pastores religiosos? | | |
|--|--|--|
| Participantes | Respuestas | Análisis |
| Participante A | Qué viva el partido Colombia Justa y Libres, vamos para esa con toda. | Los partidos abiertamente cristianos como Colombia Justas y Libres y el partido Mira se fortalecerá mediante la aceptación y campaña de los feligreses y pastores en sus iglesias, en este apartado de la pregunta queda en evidencia la aceptación de que las iglesias cristianas hagan campaña |
| Participante B | Sí. | |
| Participante C | Desafortunadamente las iglesias cristianas se prestarán para esos juegos de la política. | |
| Participante D | Sí. | |
| Participante E | De paso, hay que fortalecer el partido Mira. | |
| Participante F | Sí, vemos las esperanzas cristianas en esos dos partidos. | |

| | | |
|----------------|---|---|
| Participante G | Ustedes qué cree, obviamente que sí y quiero decirles que seremos mayoría en el Congreso y tendremos la presidencia con el favor de Dios, amén. | electoral por sus candidatos afines a los partidos. |
| Participante H | Con el favor de Dios sí. | |
| Participante I | No le veo nada de malo. | |
| Participante J | Evidentemente sí. | |

4.3.8 Análisis general del grupo focal

El sensacionalismo que se vive en las iglesias cristianas queda evidenciado en la información suministrada por sus feligreses, en el grupo focal se muestra que utilizan la teoría de lo bueno y lo malo, radicalizando las posiciones religiosas y políticas, no tienen problemas que el pastor Arrázola haya publicado el vídeo invitando a votar por el 'No' cree que él tiene la libertad de publicar los contenidos que él considera, ya que es una red social pública.

Aunque había opiniones distintas se puede decir que todos llegan a conclusiones similares, por ejemplo que los líderes y pastores religiosos hagan campaña electoral en sus iglesias, ya que son personas instruidos por Dios para que guie a su iglesia a tomar la decisión adecuada que defienda los valores cristianos.

Por tal motivo, no tienen inconvenientes que pastores utilicen pasajes bíblicos con finalidad política, creen que la biblia tiene hechos políticos y democráticos que se relacionan con los hechos actuales. Por eso le dan la aceptación a sus pastores para que emita un discurso religioso, pero con intenciones políticas porque consideran que ellos tienen el temor de Dios y sus acciones tienen una fuerza sobrenatural que guía la iglesia.

Sin embargo, los participantes emiten argumentos que se relaciona con la 'Fake news' cuando estaban en la pedagogía de los acuerdo de paz, conceptos como: 'castrochavismo', anticristo', ' la ideología de género' o que 'las FARC y Santos se iban a tomar el poder' entre otros, demostrando que la emoción va más rápido que la razón. Definiendo que los feligreses son una población que no investiga o se informa de otras fuentes que logre contrastar la

comunicación que emite sus líderes en la iglesia, y con base a eso sacar sus propias decisiones de manera crítica y constructiva.

Finalmente tienen el poder de convencimiento que en las próximas elecciones del 2022; legislativa y ejecutiva lograrán un escaño de representatividad porque harán lo posible de transmitir ese mensaje religioso a las demás comunidades que no son crítica. Partidos como Colombia Justa y Libre y el Mira que son abiertamente cristianos y la creciente de adeptos a las iglesias cristianas de seguro tendrán esos escaño, porque son una estrategia política, ya que las iglesias se convirtieron en el fortín político para ganar las elecciones, quedó evidenciado en diferentes espacios latinoamericanos y en el plebiscito por la paz en Colombia, y gracias a la información del grupo focal se pudo determinar que utilizan la palabra de Dios para sus fines personales.

4.4 Triangulación de los resultados

Los resultados de esta analítica y crítica investigación demuestran que el ser humano es vulnerable de ser manipulado mediante un discurso que no son contrastados o no tienen una objetividad que evidencia lo que se expone.

El apoyo del movimiento cristiano se ha convertido en un factor decisivo en las carreras electorales, y eso se ha traducido a bloqueos a políticas públicas, así que las iglesias han mudado sus discursos religiosos a campañas electorales y congresos, fortaleciendo derechos ultraconservadores.

La influencia que tienen las iglesias, empiezan por relacionar conceptos de la biblia a los hechos políticos que ocurren en el momento moviendo sensaciones por su fuerza en la entonación y la excelente oratoria para transmitir el discurso, captando la atención de los feligreses, por ende, los contenidos difundidos por redes influye en la opinión pública, como lo hizo el pastor Miguel Arrázola que difundió sus vídeos en el marco del plebiscito por la paz, la cual generó una reacción en todos los medios de comunicación y en la opinión pública. Además relacionó Santos con el Anticristo del pasaje de Daniel 11 de la biblia.

Los líderes y pastores religiosos inician con lo espiritual porque en campañas imponen las manos sobre los líderes políticos esperando que eso se convierta en más votos para ellos y el beneficio completo para los pastores que luego tienen incidencia en las políticas.

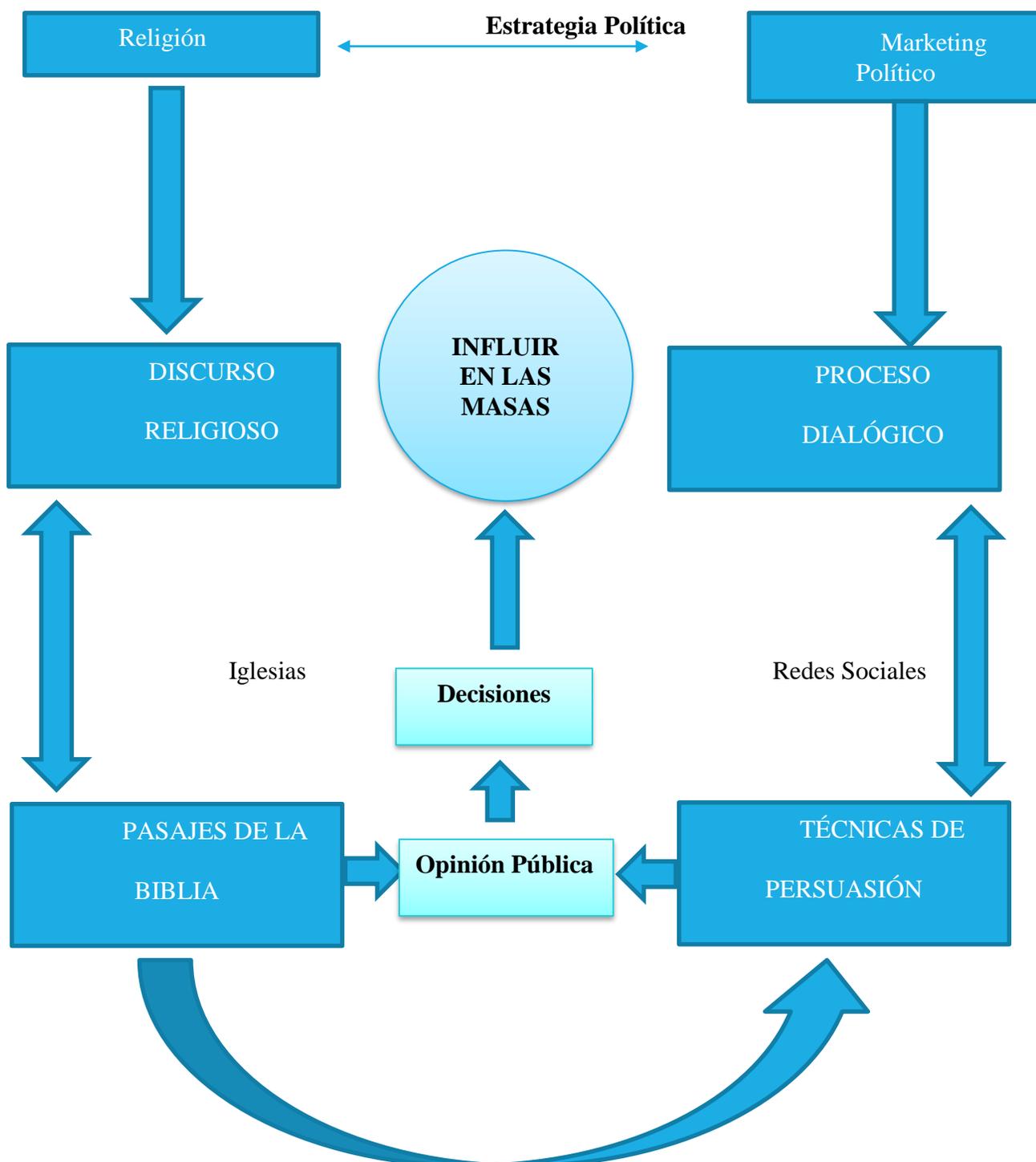
En la opinión de los expertos claves en la investigación señalan que la religión es un fenómeno que va creciendo en Colombia y en América latina en el campo político porque ven la vulneración que tiene sus feligreses en temas educativos como quedó evidenciado en el marco del plebiscito por la paz, los seguidores no cuestionaron los conceptos lo que sus líderes transmitían lograron que sus feligreses votaran ‘No’ al plebiscito.

Sin duda la fusión entre la religión y el marketing político hicieron que la opinión pública y los feligreses salieran a votar con miedo y ‘emberracada’, ya que sus contenidos difundidos en redes sociales y en el pulpito de la iglesia movieron las emociones por medio del discurso, alabanzas y sermones que vendió a un público amplio y diverso. No se sabe con certeza cuántos salieron a votar por el ‘No’, pero sí se puede determinar que el marketing logró su objetivo que fue impactar los contenidos del pastor Arrázola en los medios de comunicación, redes sociales y

en la opinión pública visibilizando su posición al plebiscito y la relación de lo bueno y lo malo para el país teniendo como base la biblia.

Lo reafirman creyentes de esa corriente cristiana a través del grupo focal, donde dicen que Dios por medio de la biblia es el encargado de determinar cómo los ‘hijos de Dios’ deben ocupar cargos de representación y logre evangelizar la política, eso se materializa por la participación activa en las iglesias y divulgación de los contenidos religiosos.

Para concluir, las personas, los expertos y el análisis del discursos del pastor Arrázola influyeron en la decisiones de sus seguidores en redes sociales y en su iglesia, obteniendo así una victoria en el plebiscito por la paz, ya que se encargó de generar miedo y desinformación mediante su discurso religioso, con el fin de aumentar su popularidad, adeptos a su iglesias, exposición mediática, intervenir en los diálogos del acuerdo final y fortalecer el nuevo partido Colombia Justa y Libres que surgió después de lo negociado en la Habana, Cuba. Todo lo anterior es marketing político.



Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

La política y la religión siempre han hecho marketing porque una necesita de la otra para poder llevar a cabo los intereses personales, aunque en teoría eso no es permitido, puesto que ambas realizan funciones distintas dentro de las dinámicas de la sociedad.

En el marco del plebiscito por la paz en el año 2016 el pastor Miguel Arrázola sí influyó en los feligreses y en la opinión pública por sus contenidos religiosos con fines electorales para que votarán 'No' a la paz, eso se dio por técnicas de persuasión y de la teoría del bien y el mal, que relacionaba los conceptos bíblicos de Daniel 11 con la pedagogía de los acuerdos de paz. Sin ninguna evidencia.

El marketing político en el pastor fue determinante porque logró una exposición mediática y el surgimiento del nuevo partido cristiano Colombia Justa y Libre lo que permitió que los cristianos juntaran fuerzas para sacar adelante los proyectos a favor de los principios éticos y morales del cristianismo.

Lo anterior, es posible concluir que el poder de la palabra en el discurso hacia una población que no es crítica; puede crear sentimientos y decisiones erradas que no corresponde a la realidad objetiva y razonada, ya que las emociones dentro de un discurso tiene aceptación de los que se sienten identificados, la cual se puede denominar manipulación, y lo que hizo el pastor por redes y en su iglesia fue.

El discurso emitido por el pastor no solo quedó plasmado en su congregación, si no que los contenidos publicados por Twitter, lo visualizaron personas de todo un país que se sienten identificada con el mensaje y que hace parte de una población que no es crítica y analítica frente a los procesos electorales y religiosos. Por ende en la conclusión de esta ardua investigación es que sí influyó en la decisión final en el plebiscito.

5.2 Recomendaciones

Fortalecer la línea de comunicación pública y política, ingresando así en el contenido programático el énfasis de marketing político, en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, para que los futuros profesionales tengan una mirada crítica, analítica y actualizada frente a los procesos de estrategias políticas por parte del Estado colombiano, permitiendo así incursionarse en las agendas públicas.

De igual manera, a los creyentes o no creyentes en un ser supremo, desarrollen la habilidad de tomar decisiones propias que vayan acompañadas con argumentos evidenciables y puedan ser contrarrestado ante los líderes y pastores religiosos que utilizan la palabra de Dios para su interés personales; manipulando y engañando a los que no tienen la capacidad de cuestionar.

Es donde se les recomienda a las plataformas digitales velar por la libertad de expresión, pero no permitiendo contenidos falsos que distorsione las percepciones de los usuarios, es importante la regulación de los contenidos que no tenga algún sustento verídico, eso evita que el marketing sea limpio y no sucio como sucedió con el pastor Arrázola.

A los que se hacen llamar pastores, tengan en cuenta el siguiente versículo que bien claro está y lo tengan presente cuando se estén desviando de sus propósitos: “y Jesús les dijo: Está escrito: mi casa será llamada casa de oración; ¡Pero ustedes la están convirtiendo en una guarida de ladrones”. Es importante que las iglesias del país por fin puedan contribuir al impuesto de la nación y dejen de ser el fortín político y económico de políticos tradicionales.

Con lo anterior, se debe propiciar una educación y cultura política desde nuestra familia hasta las universidades, la cual se desarrolle una participación ciudadana activa en los acontecimientos importantes del país, y puedan ocupar un cargo de representación ciudadana que velen por los derechos de toda la ciudadanía, sin exclusión, teniendo en cuenta las necesidades del país.

Los funcionarios públicos que tengan favores con iglesias de cualquier corriente, hagan respetar la Constitución Política de Colombia en el artículo 19 la separación de religión y política, ya que las convicciones y creencias personales, no pueden verse plasmados en las políticas públicas; porque excluye a una minoría y viola el artículo de la constitución.

Finalmente en esta investigación se hizo el contacto con el pastor Miguel Arrázola para conocer sus opiniones en la injerencia de la religión en política, fue muy amable al momento de responder la solicitud, pero, al momento de ejecutar la entrevista su actitud fue reacia y el investigador fue bloqueado por sus redes sociales diciendo que: ‘Si sigue así, no vas para el reino de Dios’.

De igual manera, en un encuentro de juventudes en la Casa de Nariño en la ciudad de Bogotá, se tuvo un espacio periodístico con el senador John Milton cofundador del partido

cristiano Colombia Justa Libre, para conocer sus opiniones sobre la relación de la religión en política, al momento de formularle las preguntas no respondió y se fue del lugar.

Este proceso investigativo fue arduo, puesto que los feligreses mostraban rechazo a la presente investigación porque involucra a su dios, en la realización de la recopilación de información del grupo focal se demoró aproximadamente 3 meses para obtener la información, ya que se mostraban apático y con una actitud violenta. El éxito del grupo se dio gracias a la información suministrada por la secretaria general de la iglesia Centro Cristiano Pamplona, sin embargo los feligreses solicitaron que no se mencionara sus nombres en la investigación.

Es una satisfacción la culminación de esta investigación porque es el primero de esta temática en realizarse en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona; a cual estará sometida a la crítica constructiva que ayudará a finar los argumentos y las conclusiones y, de igual manera a los estudiantes continuar con las dinámicas académicas e investigativas del marketing político.

Referencias

Aguilera Díaz, María M. (2004) Aguachica Centro agroindustrial del Cesar. Banco de la República. Centro de estudios económicos regionales. Documentos de trabajo sobre economía regional #42.

Borrero. A. (2010). Monografía de las Fuerzas Militares y Policía (Bogotá: Corporación Nuevo Arco Iris)

Botero, S. (2017). El plebiscito y los desafíos políticos de consolidar la paz negociada en Colombia. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 37(2), 369-388.

Centro de Memoria Histórica. Los orígenes, las dinámicas y el crecimiento del conflicto armado. Cap. 2.

Comisión de la Verdad. (2020). Aguachica, 25 años de una apuesta por la vida y la paz.

Jiménez, H. (2019). El discurso religioso como constructor de paz y reintegración. (Tesis de maestría). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá - Colombia.

Las 2Orillas. (2017). El golpe de estado del pastor Arrázola para acercar a los cristianos al uribismo.

Miguel Arrázola, (2016), (agosto-11-2016) Discurso Pastor Miguel F. Arrázola - Plantón por la familia. [Video].

Pizarro, E. (2004). Una democracia asediada. Balance y perspectivas del conflicto armado en Colombia (Bogotá: Norma)

Plata, W; Vega, J. (2015). Religión, conflicto armado colombiano y resistencia: un análisis bibliográfico Anuario de Historia Regional y de las Fronteras, vol. 20, núm. 2, pp. 125-155 Universidad Industrial de Santander.

Rojas Gonzales. (2013). “La persistencia del lenguaje religioso en el discurso político. El caso de Hugo Chávez”. Ciencias Políticas de la Universidad de los Andes, en Santiago de Chile.

Romero Astudillo, J. Z., & Zúñiga Estrada, A. M. (2018). Y por él no es que hay que votar “análisis crítico del discurso político del pastor Miguel Arrázola en el marco del plebiscito refrendatorio de los acuerdos de paz entre el gobierno colombiano y las farc (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

Rubio, Julian. (2020). ‘EL FIN DE LA GUERRA CON LAS FARC. Aproximaciones al análisis de contenido de Revista Semana en la recta final del proceso de paz en Colombia 2015-2017’. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.

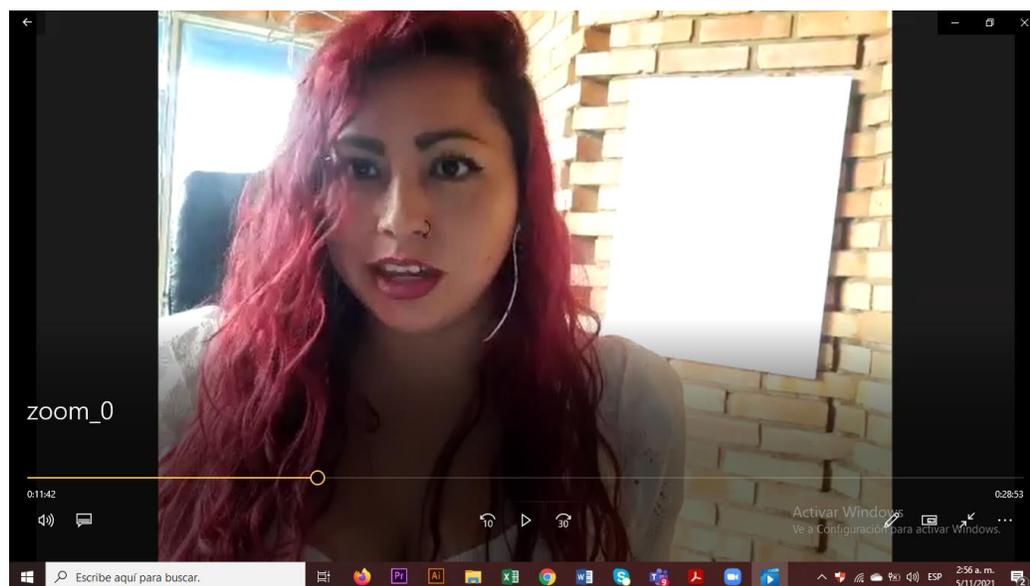
Rutas de conflicto armado. (2019). Masacre de Aguachica, 1993.

Santamaría. (2013). 'Religión y política en Colombia: La transformación de líderes religiosos en líderes políticos después de la constitución de 1991'. Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.

Vicenç Fisas y Escola de Cultura de Pau. (2012). Anuario de procesos de paz 2012 (Barcelona: Icaria, 2012).

Yaffe, L. (2011). Conflicto armado en Colombia: análisis de las causas económicas, sociales e institucionales de la oposición violenta Revista CS, núm. 8, pp. 187-208 Universidad ICESI Cali, Colombia.

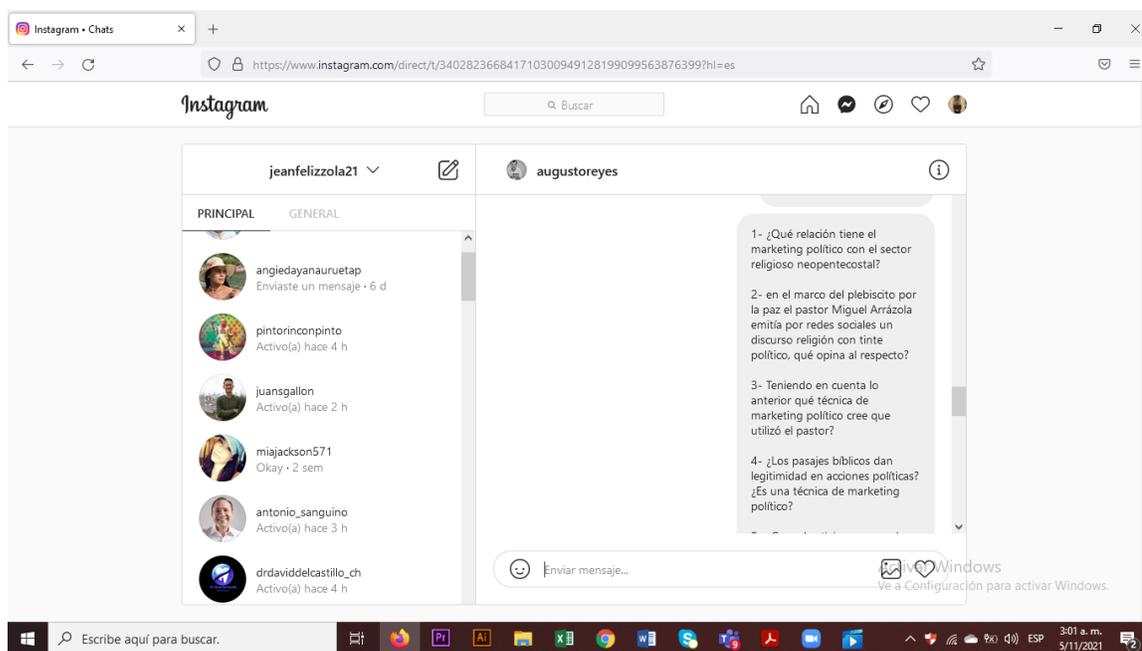
Anexos



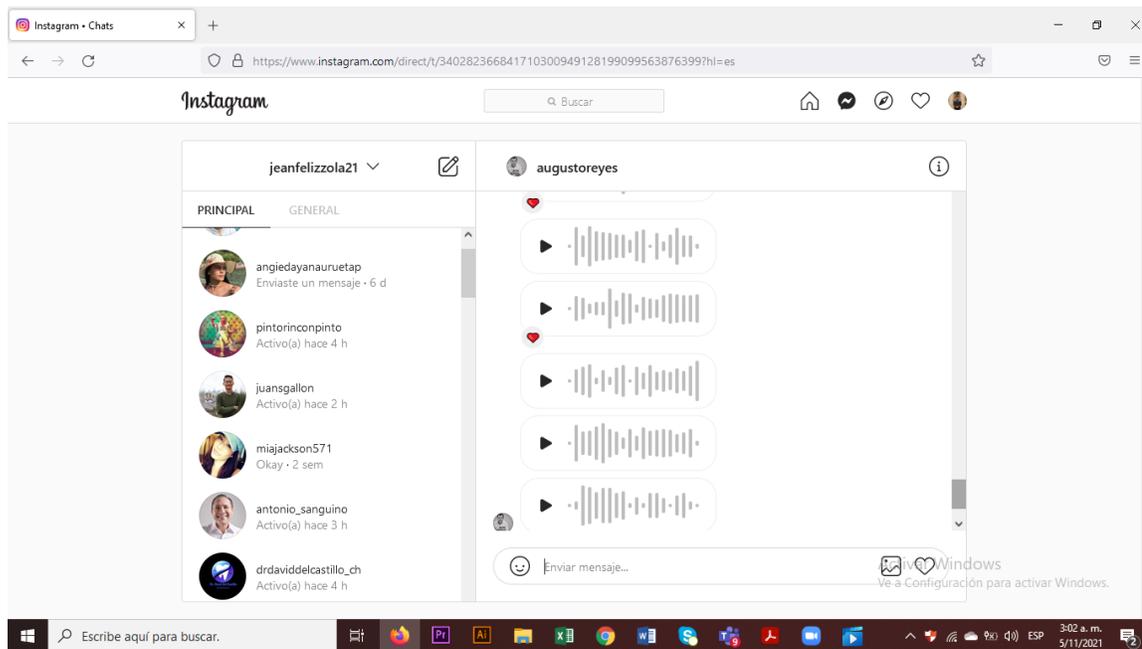
Entrevista a Marcela Díaz. Fuente: Zoom



Entrevista a Marcela Díaz. Fuente: Zoom



Entrevista a Augusto Reyes. Fuente: Instagram.



Entrevista a Augusto Reyes. Fuente: Instagram.

(47) WhatsApp x EL HERALDO en Twitter: "Polémica" x +

← → ↻ https://twitter.com/elheraldoco/status/771153378147766273

Twitter

Explorar
⚙ Configuración

← Tweet

EL HERALDO @elheraldoco

Polémica en Cartagena por pastor que obliga a sus feligreses a votar por el no

PERO LOS QUE AMAN A SU DIOS SE MANTENDRÁN FIRME...

71,4 mil reproducciones DANIEL 11:32 (TLA) 0:30 / 1:40

8:11 p. m. · 31 ago. 2016 · Twitter Web Client

¿Eres nuevo en Twitter?
Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada.

Regístrate con Google
Regístrate con Apple
Regístrate con el número de teléfono...

Al registrarte, aceptas los [Términos de servicio](#) y la [Política de privacidad](#), incluida la política de [Uso de Cookies](#).

Personas relevantes

EL HERALDO @elheraldoco **Seguir**

88 años líder en la Costa. Noticias de Barranquilla, Colombia, el mundo y mucho más.

Activar Windows
Iniciar sesión Registrarse

Windows

Escribe aquí para buscar.

3:10 a. m. 5/11/2021

Fuente: <https://twitter.com/elheraldoco/status/771153378147766273>



The image shows a Twitter profile card for Miguel Arrázola. The header features a red textured background with the text "ERES MÁS GRANDE DE VIDA" in gold. Below this, it says "YA DISPONIBLE" and lists streaming services: Google play, DEEZER, Spotify, and MUSIC iTunes. A circular profile picture of Miguel Arrázola is on the left. The name "MiguelArrázola" and handle "@PMiguelArrazola" are displayed in white. Below the handle, it states "Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario". At the bottom, a message reads: "No puedes seguir a @PMiguelArrazola ni ver los Tweets de @PMiguelArrazola porque te ha bloqueado. [Más información](#)".

ERES MÁS GRANDE
DE VIDA

YA DISPONIBLE

Google play DEEZER Spotify
MUSIC iTunes



MiguelArrázola
@PMiguelArrazola

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

No puedes seguir a @PMiguelArrazola ni ver los Tweets de @PMiguelArrazola porque te ha bloqueado. [Más información](#)

Fuente: Twitter @Jeanfelizzola21