



MAKARENA YESTARAN

Medios de comunicación y cultura evangélica

Perfiles mediáticos y vinculaciones transnacionales de las comunicaciones evangélicas

POR GLORIA MIGUEL

Licenciada en Comunicación Social (UCSE), doctora en Ciencias Sociales (UBA). Becaria postdoctoral (CONICET). Se desempeña en el Instituto de Estudios para el Desarrollo Social (UNSE). Estudia temas vinculados a la cultura, los medios de comunicación y las religiones.

La presencia evangélica en los medios de comunicación argentinos conforma un conjunto de manifestaciones comunicacionales heterogéneas. Incrementada su visibilidad a partir de la vuelta democrática en la década de los 80, este segmento se ha consolidado y diversificado en sus propuestas. ¿Cuáles son sus características? ¿Qué papel cumplen los medios para los evangélicos? ¿Cuáles son sus similitudes y diferencias respecto de los medios no evangélicos? Estas son algunas de las preguntas que orientan nuestra reflexión en este artículo. Entre el conjunto de nociones que han sido utilizadas -como *iglesia electrónica*- o que están siendo utilizadas -como *industria cultural*- para el estudio de la producción cultural y mediática evangélica, proponemos en este caso una mirada sobre los géneros discursivos y mediáticos que nos permita aproximarnos a las preguntas arriba planteadas. Facetas de este fenómeno pueden ser observadas en una línea que va de las expresiones más marcadas por la eclesialidad a las expresiones más próximas a las comunicaciones seculares.

LA PRESENCIA EVANGÉLICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La visibilidad que la religiosidad evangélica -principalmente pentecostal- alcanzó en los medios de comunicación argentinos a partir de la década de los 80 ha sido referida en los estudios sobre evangélicos. Sobre el regreso a la democracia en 1983, Míguez señala cómo las mayores libertades se tradujeron en el acceso de los evangélicos a los medios de comunicación en general e incluso a sus propios medios (1998: 19). Frigerio también señala el aumento de la presencia pentecostal en la década de 1980 y, entre otros aspectos, "su uso de la cultura mass-mediática" (1994: 7). Tres de los pastores, como Omar Cabrera, Carlos Annacondia y Héctor Giménez, utilizaron sistemáticamente los medios de comunicación en su actividad evangelística tal como lo indica Wynarczyk. Entre ellos, Cabrera por ejemplo explotó con eficacia la radiofonía: llegaba en el año 1989 a 45 emisoras en dos países y cubría 17 provincias argentinas (1989: 60). También Wynarczyk en su estudio sobre el

► movimiento evangélico en la Argentina entre 1980 y 2001 refiere al uso de la radio y televisión como herramientas para ampliar la difusión de su mensaje (2009: 147). Particularmente sobre televisión, Renold (2011) estudia la iglesia evangélica propietaria de Canal Luz, un canal de televisión evangélico en la Ciudad de Rosario y se refiere a la multiplicidad de las manifestaciones evangélico-pentecostales que son integradas a través de la programación televisiva del canal.

De este modo, la oferta comunicativa actual incluye heterogéneas expresiones culturales evangélicas, con canales de televisión y emisoras de radio propias, así como programas en medios seculares. También en este ámbito nuevas tecnologías y redes sociales se han incorporado, organizando producciones multimediales y multiplataformas con las que la televisión y radiofonía clásicas se complementan en la web. La presencia de esta vertiente en los medios de comunicación es la que nos conduce a preguntarnos por las características de la producción cultural evangélica y los discursos evangélicos mediáticos. Considerar en este sentido la perspectiva de género discursivo y mediático contribuye a dilucidar facetas que hacen a los perfiles comunicacionales involucrados en este ámbito. También nos referiremos a las vinculaciones transnacionales que tienen lugar a través de los medios evangélicos.

EL CAMPO CONFORMADO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EVANGÉLICOS REFLEJA EN PARTE DIFERENCIACIONES PROPIAS DEL CONJUNTO DE LAS IGLESIAS EVANGÉLICAS Y SUS MODOS DE CONCEBIR EL PAPEL DE LAS COMUNICACIONES.

EL ESTUDIO DE LA RELIGIOSIDAD Y SUS EXPRESIONES MEDIÁTICAS

Como lo mencionamos antes nociones como la de *iglesia electrónica* reflejaron los iniciales estudios sobre estas manifestaciones comunicacionales en Latinoamérica. Assmann discute esa noción desarrollada en el contexto norteamericano y ofrece una "ejemplificación informativa" (1987: 64) de su presencia en América Latina, en referencia a los medios y programas evangélicos y católicos. Indicaba Assmann que el fenómeno más extendido en la década de los 80 era principalmente radiofónico. La necesaria problematización de la noción de iglesia electrónica es planteada por autores como Frigerio, quien señala por un lado que las interpretaciones formuladas a partir del texto de Assman parecen sobredimensionar la eficacia "manipulativa" de los medios y, por otro, que las investigaciones de audiencia en los Estados Unidos, como la de Hoover, indican entre otros aspectos su consumo -principalmente entre las audiencias religiosas- y sus dificultades para captar a las audiencias no religiosas (1994: 25).

Actualmente el concepto de *industria cultural* emerge como uno de los más consistentes para explorar distintas dimensiones de la producción cultural y mediática evangélica. Así, el sector editorial católico y evangélico es estudiado en la Argentina por Algranti (2011) a partir de la comprensión de las relaciones entre industria cultural y religiones. Las vinculaciones entre industrias culturales y religiones también se expresan en el análisis de bienes y productores culturales religiosos (católicos, evangélicos, judíos) reflejados en los estudios reunidos por Algranti (2013). Acerca de esas vinculaciones Semán considera:

(...) que las industrias culturales operan en la configuración del campo religioso multiplicando sus instancias constitutivas, reforzando tradiciones, pero también, favoreciendo la emergencia de creencias que se distancian de la tradición cristiana en general, favoreciendo consensos transversales sobre los supuestos de la nueva era (2013: 16).

Por nuestra parte, consideramos la clásica categoría bajtiniana de *géneros discursivos* (Bajtín, 2011), en tanto que plantea una perspectiva dialógica de los procesos comunicacionales que nos permite recuperar cierto carácter ambivalente que los medios evangélicos tienen en su diferenciación respecto de los no evangélicos o seculares. En esta línea nos orienta el proceso, mencionado por Wyncarczyk, relativo a las "ampliaciones de funciones de las iglesias a través de la oferta de servicios parecidos a los de las instituciones de la sociedad envolvente (el mundo), pero separadas por una frontera axiológica y doctrinal" (2009: 149), y que incluye a las comunicaciones, entrete-

nimiento y música, y contribuye en el trabajo de "control de la propia frontera cultural e identitaria frente al avance de sectores secularizados cuyos valores y metas son diferentes" (2009: 149). Esta concepción posibilita advertir el modo en que la industria cultural y los medios de comunicación evangélicos replican -en el sentido de reproducción, pero también de respuesta- a la industria cultural y medios de comunicación "seculares". Es decir que, en tanto que reproducción -con lo que ello implica de adopción- es parcial, puesto que es una reproducción "cristiana", y en tanto respuesta es crítica, pues objeta los valores por ellos sostenidos. El campo conformado por los medios de comunicación evangélicos refleja en parte diferenciaciones propias del conjunto de las iglesias evangélicas y sus modos de concebir el papel de las comunicaciones. La producción cultural popular así como las expresiones masivas y/o industrializadas evangélicas se interrelacionan y modulan también sus particulares diferencias con las realizaciones no evangélicas. Se delinean perfiles comunicacionales que también pueden ser explorados siguiendo el concepto de *género* en lo que revela en relación con el horizonte de los medios de comunicación (Steimberg, 1998). Facetas del fenómeno pueden ser observadas en una línea que va de las expresiones más marcadas por la eclesialidad a las expresiones más próximas a las comunicaciones seculares.

LA BIBLIA, COMO TEXTO FUNDAMENTAL, OCUPA UN LUGAR CAPITAL EN LA DEFINICIÓN DE LAS COMUNICACIONES CRISTIANAS. ASÍ, LOS CONTENIDOS BÍBLICOS, CITAS DE VERSÍCULOS, ETCÉTERA, APARECEN COMO ELEMENTOS CENTRALES EN BUENA PARTE DE ESTOS MENSAJES.

PERFILES COMUNICACIONALES

En el ámbito evangélico sus medios de comunicación, sus producciones, productores, músicos y comunicadores suelen denominarse "cristianos", por diferenciación de los "seculares". Las discrepancias entre los propios actores respecto de lo que se consideran comunicaciones cristianas refiere a la heterogeneidad y polisemia de sus realizaciones. Los discursos evangélicos y los géneros de producción cultural por ellos configurados se constituyen en vinculación al entorno cultural evangélico, que es heterogéneo y diversamente relacionado con lo no evangélico.

Si se considera el "carácter dirigido de los enunciados" y las "concepciones típicas del destinatario" (Bajtín, 2011: 289), las comunicaciones evangélicas se destinan hacia el público no evangélico en un trabajo propiamente evangelístico ligado con lo que Wyncarczyk denomina el "afán conversionista" y el "trabajo de conquista espiritual" (2009: 331-332). Los medios evangélicos también se dirigen hacia el propio público evangélico, hacia quienes conocen y participan del ámbito cultural evangélico, es decir que sus mensajes no están orientados exclusivamente a la evangelización sino también a la contención de antiguos fieles que requieren innovaciones en las prácticas religiosas (Semán, 2010: 7).

En la producción cultural evangélica y los géneros mediáticos que la constituyen, la Biblia, como texto fundamental, ocupa un lugar capital en la definición de las comunicaciones cristianas. Así, los contenidos bíblicos, citas de versículos, etcétera, aparecen como elementos centrales en buena parte de estos mensajes. En este sentido se encuentran aquellos programas televisivos o radiales que se definen como de "mensaje cristocéntrico" y, por lo tanto, transmiten fundamentalmente contenidos bíblicos, prédicas y estudios bíblicos. A diferencia y a veces en convivencia con esa perspectiva centrada en los textos bíblicos, se consolida un perfil comunicacional más amplio en "perspectiva cristiana" de modo que los textos y las referencias bíblicas son fundamentales en su diálogo con una heterogeneidad de temas que van desde sexualidad hasta economía, salud, deportes, noticias de actualidad periodísticas, etcétera. De este modo, considerando la presencia de la Biblia como un marcador, desde algunas interpretaciones de los actores del ámbito evangélico estas referencias deben ser explícitas y textuales, y desde otras son aceptadas también las referencias indirectas o implícitas.

En cuanto a los formatos mediáticos encontramos expresiones como las prédicas que tienen lugar en el escenario de las iglesias y la convocatoria a las actividades de los cultos que son transmitidas por radio o televisión, y que ubican a los medios más bien como una extensión sonora y/o visual de las actividades que las congregaciones desarrollan principalmente en el espa-

► cio de los templos. Igualmente también dentro de los medios cristianos existen programas informativos periodísticos, segmentos de humor, cocina, concursos y sorteos, producción literaria, musicales, de llamados de oyentes al aire para enviar saludos y dedicatorias de canciones y versículos. Este último conjunto resulta de realizaciones evangélicas que en una concepción más amplia de las comunicaciones recurre a los formatos mediáticos más extendidos y producen contenidos considerando su circulación propiamente mediática. Así estas propuestas evidencian una apropiación de los lenguajes mediáticos y vinculan de un modo más amplio la religiosidad evangélica con el entretenimiento, especialmente en lo que incumbe al público juvenil.

VINCULACIONES TRANSNACIONALES DE LAS COMUNICACIONES EVANGÉLICAS

Las articulaciones transnacionales de sus medios es otro de los aspectos que atraviesa a las comunicaciones evangélicas. Si bien no todos los casos expresan estas vinculaciones con el mismo nivel de consolidación, existen experiencias radiofónicas en las que se conforman redes de medios de comunicación a partir del uso de tecnología satelital y que permiten la transmisión transnacional de una misma señal radial. La radiofonía clásica complementada y ampliada por la confluencia de tecnologías como dispositivos digitales, satelitales e Internet, al tiempo que multiplican los espacios de recepción perfilan los aspectos territoriales que surgen en este contexto de radiofonía transnacional evangélica. La radiofonía organiza "configuraciones espaciales específicas" generando "ese efecto de articulación de espacios, inaccesibles fuera del medio" (Fernández, 2008: 66). Esta condición territorial del sonido articulado en red es la que nos interesa. La red de radios tiene un punto central de emisión, donde se ubican los estudios principales desde donde proviene la señal; cuenta con puntos de expansión constituidos por las estaciones en diferentes países que retransmiten la programación y que a su vez proyectan territorialmente su frecuencia que se sintoniza en receptores domésticos, automóviles o teléfonos celulares, más la recepción vía Internet que permite la recepción incluso fuera del área de cobertura. Las dimensiones territoriales para el caso de la radiofonía evangélica emergen a partir de la emisión transnacional de la programación, las apropiaciones locales de las distintas estaciones afiliadas a la red y la participación de audiencias en los programas a lo largo de Latinoamérica.

La reflexión sobre la relación entre espacio y discurso, que desarrolla Segato a partir de su preocupación por "cómo el escenario espacial se introduce en el discurso" y su lectura de Bajtín, posibilita en nuestro caso prestar atención a los aspectos territoriales a la vez que a la densidad cultural que atraviesa a los conectores tecnológicos arriba descriptos. Segato sostiene:

[...] *los rituales de comunicación erigen e instalan la comunalidad del ambiente en que tienen lugar y, en este sentido, se los podría llamar "rituales edilicios": materializan sus territorios compartidos, esculpen el espacio común mediante un trabajo de selección y realce. [...] se debe hablar de una producción de mutualidad y de territorialidad que emana de los interlocutores y se imprime en los espacios que atraviesan* (2007: 78, cursivas del original).

Los medios de comunicación extienden territorios que se proyectan más allá de los marcos de interlocu-

ción interpersonales, particularmente la radio trabaja en la construcción de territorialidad a través del sonido que se expande más allá de los límites naturales de la voz, incluso en este caso posibilitan la edificación de territorios transnacionales. La "comunalidad del ambiente", siguiendo a Segato, se organiza a partir de los programas de radio en tanto "rituales edilicios", y se delinea de este modo una conformación territorial y simbólica, articulada a partir del sonido. Esta comunalidad, mutualidad delimitada a través de los medios de comunicación evangélicos, es más significativa cuando se considera su proyección en un territorio de predominante religiosidad católica constituido en los países latinoamericanos. En este sentido, si bien la red de radiofonía establece condiciones estructuradas de producción y circulación de contenidos y en ciertos aspectos reproduce las pautas dominantes de producción y circulación cultural, posibilita, en cuanto a sus apropiaciones locales, la consolidación de un espacio cultural más amplio que los templos para una comunidad de fieles vinculados al entorno cultural evangélico.

CONCLUSIONES

Los diferentes perfiles mediáticos evangélicos pentecostales conforman un segmento dentro del espectro mediático, la industria y la producción cultural que, si bien es heterogéneo, está atravesado por líneas de tensión comunes. Se trata de un conjunto de géneros mediáticos y de producción cultural que se diferencian por su realización cristiana, que expresan una combinatoria de modalidades de comunicación, de interpelación religiosa que puede considerarse como un conjunto de nuevos géneros de discurso religioso que resultan de sus variadas articulaciones con los lenguajes mediáticos y la industria del entretenimiento. Los mismos se realizan en una ambivalente relación de contrapunto con las comunicaciones seculares que adoptan y modifican. En cuanto a sus aspectos enunciativos, temáticos y formales se modulan en un continuo que va de las versiones más tradicionales y habituales de comunicación religiosa hacia aquellas renovadas por las múltiples articulaciones con el lenguaje de los medios de comunicación. En correspondencia con ello constituyen espacios de interacción e interpelación con el público evangélico y no evangélico y con sectores diferenciados dentro de ellos. Así es como constituyen estrategias de producción cultural que expresan las competencias de sus realizadores y el papel de los discursos pentecostales como componentes activos de la producción mediática y cultural contemporánea. De modo que, si consideramos este aporte visto en el conjunto de los medios de comunicación y la producción cultural, su presencia en la oferta comunicativa forma parte del conjunto de referencias de la cul-

tura mediática contemporánea, y en este sentido mantiene la visibilidad del espacio cultural evangélico.

Los medios, particularmente la radio, promueve una territorialidad ampliada para ese espacio cultural, en la que los actores y productores culturales evangélicos se vinculan en una configuración transnacional a través de las mediaciones que articulan las radios que integran la misma cadena, de modo que se vigoriza la propia red de medios así como las estaciones afiliadas en distintas ciudades. Esta composición de una audiencia y una comunidad transnacional toma consistencia y cohesión por el conjunto de estaciones de radio afiliadas y de oyentes de distintos países latinoamericanos que participan en los programas, de modo que esta territorialidad sonora evangélica se expande desde los ámbitos más íntimos en que se desarrolla la escucha radiofónica, a los lugares de transmisión y el espacio fuera del país donde se produce la señal. •

Bibliografía

- Algranti, J. (dir) (2013). *La industria del creer. Sociología de las mercancías religiosas*. Buenos Aires, Biblos.
- Algranti, J. (2011). "La religión como cultura material: sociogénesis de los circuitos editoriales en el mundo católico y evangélico", en revista *Horizontes Antropológicos* Vol. 17 N° 36. <www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832011000200004&script=sci_arttext&lng=pt>
- Assman, H. (1987). *La iglesia electrónica y su impacto en América Latina*. San José, Editorial Departamento Ecueménico de Investigaciones.
- Bajtín, M. (2011) [1979]. "El problema de los géneros discursivos", en M. Bajtín, *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno.
- Fernández, J. L. (2008). "I. Introducción. La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva", en J. L. Fernández (dir.), *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- Frigerio, A. (1994). "Estudios recientes sobre el pentecostalismo en el Cono Sur: Problemas y perspectivas", en A. Frigerio (comp.), *El Pentecostalismo en la Argentina*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- Míguez, D. (1998). *Spiritual Bonfire in Argentina: Confronting Current Theories with an Ethnographic Account of Pentecostal Growth in a Buenos Aires Suburb*. Amsterdam, CEDLA.
- Semán, P. (2010). "El viraje evangélico de la literatura de autoayuda". Buenos Aires, Mimeo.
- Steimberg, O. (1998). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires, Atuel.
- Wynarczyk, H. (1989). *Tres evangelistas carismáticos: Omar Cabrera, Annacondia, Hector Aníbal Giménez (Informe de investigación, datos actualizados en 1992)*. Buenos Aires, FIET, Prensa Ecueménica, documento policopiado.
- Wynarczyk, H. (2009). *Ciudadanos de dos mundos. El movimiento evangélico en la vida pública argentina 1980-2001*. San Martín, UNSAM EDITA.

LAS ARTICULACIONES TRANSNACIONALES DE SUS MEDIOS ES OTRO DE LOS ASPECTOS QUE ATRAVIESAN A LAS COMUNICACIONES EVANGÉLICAS.