

abril-junio/87 N° 22

Chasqui

Entregamos en este número la segunda parte del estudio del profesor Assmann sobre Iglesia Electrónica. La oportunidad de este estudio ha quedado confirmada con diversos hechos ocurridos en América Latina durante el primer semestre de 1987, por ejemplo la toma de posición de las iglesias frente al problema de la deuda externa; así, una actitud de angélica prescindencia suele ir ligada a la predicación electrónica. Hasta cierto punto el análisis del antropólogo Little sobre *Platoon*, el *Color Púrpura* y la *Misión* que ofrecemos en esta entrega, coincide con el estudio anterior en cuanto ambos desentrañan contenidos ideológicos en estos dos medios masivos: el cine y la televisión.

Descendiendo al ajeteo diario de la revista, el reclamo de numerosos suscriptores de *Chasqui* a propósito del retraso con que la reciben se ha debido a cambios de diseño, instalación de una nueva imprenta para CIESPAL y una prolongada huelga de los correos ecuatorianos. Esperamos ponernos pronto al día.

La doctora Colleen Roach de Fordham University, Nueva York, el doctor Howard H. Frederick de la Escuela de Telecomunicaciones y del Programa de Estudios Latinoamericanos de Ohio University y la señora Gloria de Dávila, Directora del Departamento de Investigaciones de CIESPAL, se han unido a los colaboradores de *Chasqui*. Les damos la bienvenida.

A propósito de colaboradores, la política editorial de nuestra revista ha sido solicitar colaboraciones; desde este número la ampliamos en el sentido de recibir colaboraciones no solicitadas, especialmente en el área de reseñas de libros y revistas y en el de investigaciones. Para más detalles, escribanos por favor.

Simón Espinosa



40 Las Transnacionales del Cine

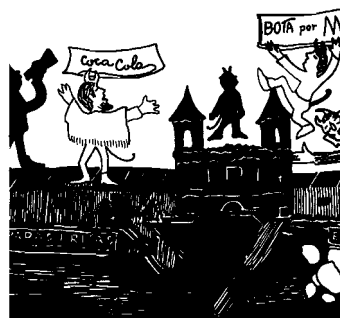
Paul Little

Los filmes son incisivas armas ideológicas que resultan tanto más eficaces cuanto más sutilmente instilan su mensaje. Tal el caso de *La Misión*, el *Color Púrpura* y *Platoon*.

6 Cultura y Medios: un difícil matrimonio

Carlos Monsiváis

De cómo el cine repercutió en la cultura popular mexicana. Todo ello ensayado con la maestría y conocimiento del asunto propios de uno de los mejores periodistas latinoamericanos.



32 ¿Cómo va la tevé para niños?

Gloria de Vela

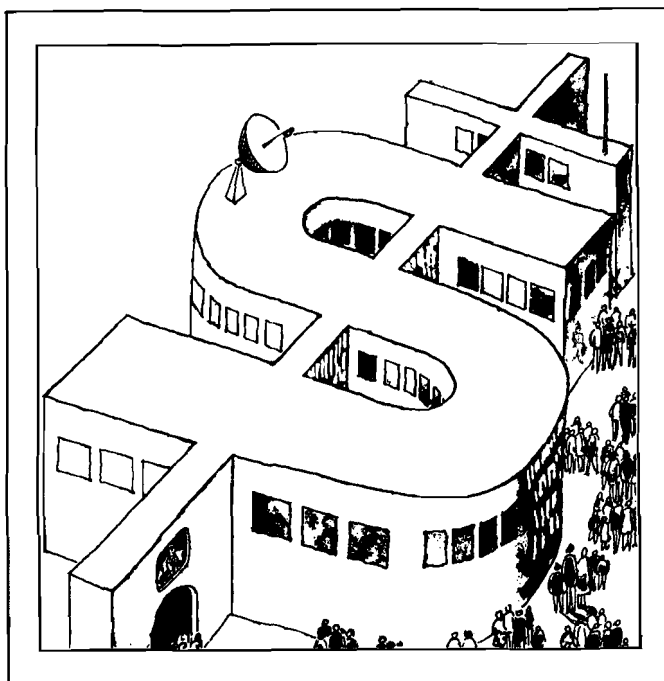
Una visión de conjunto de las tendencias de la televisión infantil en Europa, los Estados Unidos y el Tercer Mundo.

Noticias	2
Socialización, comunicación y transformación en la provincia de Bolívar, Ecuador	17 <i>Pasquale Iaccio</i>
Comunique en video lo popular	22 <i>Oswaldo Hirschmann</i>
Contragate y el NOII	28 <i>Colleen Roach</i>
El dilema de la enseñanza de la comunicación	35 <i>Peter Schenkel</i>
La Iglesia Electrónica en América Latina	48 <i>Hugo Assmann</i>
Reseñas	58
Actividades de Ciespal	63

DIRECTOR: Luis E. Proaño. **EDITOR:** Simón Espinosa. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castillo (Argentina). **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. **ASISTENTES DE EDICION:** Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. **DISEÑO:** DIART. Portada: Jalme Pozo. Impreso en Editorial Voluntad. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert y del Banco Central del Ecuador. Quito, Apdo. 584 Telf.: 540-881.

LA IGLESIA ELECTRONICA

EN AMERICA LATINA



Hugo Assmann

En el número 21 de **Chasqui**, correspondiente a enero - marzo de 1987, y con el título "Iglesia Electrónica & Marketing" señalábamos que el concepto "Iglesia Electrónica" designa un fenómeno bastante peculiar y característico de la realidad norteamericana, a saber el intenso y creciente uso de los medios electrónicos, especialmente de la TV, por parte de dirigencias religiosas fuertemente personalizadas y autónomas respecto de las denominaciones cristianas tradicionales. Asimismo decíamos que se la identifica como "Religión Comercial, Márketing de la Fe, Mesianismo Electrónico" y otros conceptos parecidos, que los protagonistas de este nuevo movimiento han llegado a crear verdaderos imperios elec-

trónicos, con gigantescas infraestructuras, estaciones de retransmisión, acceso garantizado a satélites,

Hugo Assmann, brasileño, teólogo y sociólogo con especialización en comunicación, autor de numerosos libros y artículos, fue de los primeros en proponer una Teología de la Liberación en sus libros **Opresión - Liberación: Desafío a los Cristianos**. Actualmente es profesor del Postgrado y del Departamento de Comunicación de la Universidad Metodista de Piracicaba (UNIMEP), Piracicaba, Sao Paulo, Brasil. El presente artículo es una condensación de la segunda parte de libro **La Iglesia Electrónica y su impacto en América Latina, Invitación a un Estudio**, editado por Editorial DEI, San José, Costa Rica. Agradecemos al Dr. Assmann por haber autorizado a **Chasqui** a resumir el libro y publicar el resumen.

centros de producción de programas, incluidos doblajes a diversas lenguas, nexos con redes radiofónicas y hasta universidades propias. Todo parece indicar, señalábamos, que las iglesias establecidas prefieren privilegiar sus bases pastorales de tipo tradicional. Era preciso conocer mínimamente este fenómeno en su desarrollo en Estados Unidos para poder establecer las semejanzas y diferencias con los programas religiosos electrónicos de América Latina.

EL SENTIDO DE ESTA PARTE DEL ESBOZO

Respecto al estudio de la Iglesia Electrónica constatamos una clara diferencia: en los Estados Unidos el fenómeno ya cuenta con una literatura relativamente abundante y diversificada, mientras que en América Latina las publicaciones son aún muy escasas y precarias. Existe, sin embargo, una percepción acentuada de muchos en el sentido de que es urgente investigar más a fondo lo que está pasando. En los estudios sobre "sectas" se ha puesto hasta ahora poca atención explícita al papel específico de los programas religiosos transmitidos por medios electrónicos.

En esta parte del trabajo pretendemos:

- revelar indicios de la penetración significativa de programas directamente importados de la Iglesia Electrónica de los Estados Unidos, con la salvedad de que esa importación posiblemente se tenga que enfrentar con problemas de adaptación al contexto latinoamericano;

- realizar una limitada muestra de la fuerte originalidad que el fenómeno adquiere en algunos de nuestros países, viendo las características peculiares de determinados programas desarrollados en América Latina;

- demostrar que, en nuestros países, los programas transmitidos en la radio mantienen aún un predominio sobre los televisivos;

- dejar entrever la increíble desproporción entre el escaso uso de los medios electrónicos por las iglesias históricas, por un lado, y la agresiva e intensiva utilización de esos medios por revivalistas y fundamentalistas;

- sugerir que se investigue hasta qué punto los carismáticos católicos comienzan a imitar, en América Latina, lo que ya verificamos en los Estados Unidos: la tendencia a una utilización de los medios electrónicos, con proyectos paralelos y bastante autónomos en relación a las iniciativas de pastoral más unida y orgánica de la Iglesia Católica; hay indicios de que ellos buscan consolidar organizaciones relativamente independientes y con apoyos financieros propios.

EN UN CONTEXTO DIFERENTE SE ELIGEN DESTINATARIOS DIFERENTES

No cabe duda de que la realidad latinoamericana está marcada por la situación de miseria de las mayorías populares. Era de esperar que la peculiaridad de esta situación se revelase definitiva en cuanto a la elección de los destinatarios principales de los programas religiosos vía radio y TV.

Extrañamente, son los programas de las iglesias históricas los que manifiestan cierta lentitud en adecuar su mensaje a la sensibilidad y a las necesidades materiales y religiosas de las clases populares, especialmente de los sectores más marginados. Esa lentitud, posiblemente, revele un deseo de huir de ofertas religiosas alienantes y buscar caminos por llevar al pueblo el potencial crítico y dinamizador de un cristianismo que no pretende continuar dando margen a las tradicionales acusaciones de religión evasiva y anestésica.

El fundamentalismo proselitista ha hecho, a su manera, su opción por los pobres: los transformó en destinatarios principales de su bombardeo de mensajes radiofónicos y televisivos.

En el interior de esta idéntica referencia tendrá que pasar el divisor de criterios para discernir las formas manipuladoras de las formas concientizadoras del mensaje cristiano. Es probable que la adaptación, adecuación —y, en consecuencia penetración— de los programas en las audiencias populares tenga que ver, precisamente, con la capacidad de sintonizar y afinarse con las necesidades de las masas indigentes.

ALGUNOS EJEMPLOS DE PROGRAMAS RELIGIOSOS EN LA TV

Varias tendencias religiosas del exterior introducen programas, abierta o veladamente proselitistas, en la TV brasileña. Este es el caso de los mormones, que ya en 1978, colocaban programas —generalmente películas "educativas"— en cuatro estaciones de TV.

En el resto de América Latina existe mayor penetración de los tele-evangelistas norteamericanos. América Central es una área que sufre bombardeos hasta la saturación: Club 700, Club PTL, Yipe Avila, el Hermano Pablo y otros.

México es la gran excepción: no admite programas religiosos explícitos en medios electrónicos. A pesar de eso, según algunos, México se volvió "el paraíso de las sectas", lo que obliga a cualquier análisis a tomar en cuenta la penetración fundamental que es la capilar o celular, mediante la efectiva implantación de bases operativas.

A fines de julio y principios de agosto de 1985 se

realizó, en San José, Costa Rica, el IX Encuentro Carismático Católico Latinoamericano. En esa ocasión los delegados de 19 países participantes decidieron crear la Asociación Latinoamericana de Evangelización a través de los Medios de Comunicación Social, organismo ligado al CELAM. La Asociación se denomina Lumen, tiene una oficina en Bogotá y pasó a coordinar los trabajos de comunicación de todo el subcontinente. Al parecer las experiencias habían avanzado más en Brasil, Colombia y México, en lo que se refiere a la TV.

Es sabido que otros movimientos católicos transnacionales están muy activos en los medios de comunicación y no acostumbran a consultar a los obispos locales o a las conferencias episcopales para iniciar sus actuaciones en este terreno. Cabe preguntarnos, entonces, ¿en qué dirección está avanzando más rápidamente el uso de los medios de comunicación por parte de los sectores de la Iglesia Católica? ¿Predominará, efectivamente, una coherente opción por la causa de las mayorías oprimidas, o renacen tendencias de asociación preferencial con otros sectores de nuestras sociedades?

Existe un movimiento pentecostalista, versión mágico-religiosa que "explica", sin ningún análisis, las causas socio-económicas de la miseria, la razón por la cual la miseria existe: porque las personas se niegan a convertirse. Las otras explicaciones son eliminadas, son descartadas, se vuelven superfluas. Esfuerzo y trabajo resuelven todos los problemas.

En Venezuela, la Iglesia Católica es dueña de dos emisoras de TV, en ciudades del interior; en Chile, la TV de la Universidad Católica —de tan funesta actuación bajo la batuta del Pe. Hasbún, con ocasión del golpe de septiembre de 1973, cuando Pinochet la eligió como la emisora de enlace en las semanas iniciales de la dictadura— todavía no ha llegado a actuaciones decididamente proféticas: del lado católico predomina la transmisión de la misa, cuando se trata de ver qué se puede hacer en la TV.

OBSERVACION SOBRE HORARIOS DE PROGRAMAS RELIGIOSOS EN TV

Un factor que debe ser ponderado en cualquier evaluación de programas televisivos son los horarios utilizados. En Brasil, con poquísimas excepciones, los programas religiosos de la TV son transmitidos en las primeras horas de la mañana: entre las 7:00 y las 8:30 a.m., de lunes a viernes, y entre las 7 y las 9:00 a.m., los sábados y domingos.

En los días de trabajo, tales horarios excluyen de la audiencia potencial a la mayoría de los trabajadores activos fuera de casa.

El elevado costo de los espacios en horarios im-

portantes sugiere la utilización de mensajes compactos.

Esta breve consideración sirve para establecer otra diferencia entre la realidad latinoamericana, en lo que concierne al uso religioso de la TV, y la "Iglesia Electrónica" de los Estados Unidos. Esta opera también intensamente en los horarios importantes, ya que dispone de redes propias de emisión, además de contar con muchos sistemas de TV por cable.

En otro ámbito de las comunicaciones, debe mencionarse que existen cuatro emisoras evangelistas, mundialmente conocidas:

— Para la América Latina y Europa, con incursiones parciales en Africa y Asia, la TWR que opera desde Bonaire, Antillas Holandesas en el Caribe, y cuenta con bases —de retransmisión y producción de programas— en Montecarlo, Luxemburgo, Suazilandia y Sao Paulo. La emisora de Bonaire opera con tal potencia que su transmisión es perfectamente captable en toda América Latina. Transmite en muchos idiomas, incluyendo el quechua, aimara y otras lenguas indígenas.

— Para la América Latina, específicamente, la HCJB-La Voz de los Andes que abarca toda América Latina desde su base en Quito, Ecuador. Transmite igualmente en muchos idiomas, incluidos los indígenas. Presta servicios al gobierno norteamericano retransmitiendo la Voz de América.

— Para el Asia y el Extremo Oriente, la FEBC, con base en Singapur, Corea del Sur, Taiwán y retransmisoras repartidas por Asia, una en el Mediterráneo y en Chipre.

— Para Africa, la ELWA, con base en Liberia, que transmite en casi 50 idiomas africanos.

Estas cuatro están asociadas a la WRMF (World Radio Missionary Fellowship). Todas se encuentran en fase de expansión, planean llegar a todos los que falta alcanzar, hasta el año 2000, con un proyecto especial de programas evangélicos y en todos los idiomas existentes en el mundo.

La América Latina entera, pero principalmente la América Central y el Caribe, sufren el bombardeo de un gran número de otras potentes emisoras misioneras, que desde los Estados Unidos transmiten en diversos idiomas, como la Family Radio, de Oakland, California, la Voz de la Amistad y otras.

Del lado de la Iglesia Católica, el panorama era el siguiente: en 1948 existían, en América Latina, unas 4.482 estaciones de radio AM; emisoras ligadas, de una u otra forma, a la Iglesia Católica eran solo un 7 por ciento del total. En Brasil son 126 las emisoras católicas, de un total de casi 1.300. La casi totalidad de estas radios funciona en términos comerciales y no se diferencia mucho de las demás, con la excepción de limitados espacios destinados a programas religiosos, muchas veces sin la preparación ni la

calidad técnica requeridas. Tomando en cuenta que en Brasil se encuentra más de un tercio de esas radios, el tema presenta un panorama desolador.

Ecuador, con 23 emisoras católicas, tiene el mayor número relativo comparado con su población.

La Red Católica de Radios de Costa Rica, que congrega las seis emisoras católicas del país, lanzó a inicios de 1986 un folleto destinado a orientar a los radio-oyentes en relación a la importancia de sus mensajes. Pero quien conoce un poco el mensaje real de esas emisoras, pone en duda sobre su identidad católica, ya que en ellas predomina un pensamiento poco crítico en relación a la ideología influida por los norteamericanos en aquel país.

En síntesis, en las radios católicas de América Latina predomina un asilamiento impresionante, que mina su mejoramiento técnico y minimiza su poder evangelizador.

No cabe duda de que la realidad latinoamericana está marcada por la situación de miseria de las mayorías populares. Era de esperar que la peculiaridad de esta situación se revelase definitiva en cuanto a la elección de los destinatarios principales de los programas religiosos vía radio y TV

DISCRETAS PISTAS PARA UN REFERENCIAL TEORICO

Cualquier estudio sobre este tema debería tomar en cuenta algunos supuestos:

— Lo fundamental es la comunicación real entre las personas. Esta no solo se reduce a los medios de comunicación, sino que ni siquiera pasa principalmente por ellos. Los medios de comunicación deberían estar al servicio de esa comunicación real.

— La comunicación de las clases subalternas está inscrita y condicionada por las características de la sociedad históricamente determinada. Vivimos en sociedades injustas y conflictivas. Los pobres padecen la incomunicación derivada de la ausencia de fraternidad.

— Los comunicadores cristianos deben concretizar su opción por los pobres. Esta significa: opción primordial por la comunicación de los pobres. Hacer todo lo que se pueda para que los pobres puedan comunicarse y tornarse sujetos de la comunicación hacia la sociedad como un todo.

— Esa atención a los medios de comunicación tiene dos aspectos básicos: la preocupación por los daños que el mal uso de los medios acarrea a la causa de los pobres y el esfuerzo para poner esos medios al servicio de su causa.

— Priorizar la comunicación de las clases subalternas, como referencia y fuente de criterios, no significa optar por una causa particular o exclusiva. Esto no significa que su causa no pueda ser distorsionada, manipulada y hasta usada como bandera divisionista. Pero, en su raíz, ella es la referencia para criterios de transformación de la sociedad entera.

— Nuestra situación no está de acuerdo con esos criterios. Funciona con otros: los criterios emanados de la opción preferencial por los ricos y poderosos, quienes tienen poder en la comunicación social en general y que también interfieren profundamente en los medios de comunicación. Sería idealista e ilusorio pretender desconocer este hecho.

— La comunicación social alternativa y el uso alternativo de los medios de comunicación se inscribe, por tanto, en un proyecto alternativo de sociedad, donde las relaciones sociales entre las personas no están tan cruelmente marcadas por la opresión. No hay proyecto alternativo de comunicación sin un proyecto alternativo de sociedad.

— La "Iglesia Electrónica" no es analizada correctamente si es vista simplemente como una expresión religiosa más, como una expresión religiosa entre otras. Debe ser vista como un movimiento idolátrico, una tremenda fuente de idolatría, en coherencia con circunstancias históricas específicas del mundo actual. Es un fenómeno que guarda una relación orgánica y profunda con las necesidades peculiares de los sistemas de opresión en el momento actual de la historia.

— La "Iglesia Electrónica" no es una gran conspiración contra el cristianismo verdadero. Ella es algo mucho más serio que una conspiración de unos cuantos subvertidores del cristianismo. Ella es, lamentablemente, un subproducto y un derivado "normal" dentro de un mundo opresor que necesita de legitimaciones religiosas. Las conspiraciones se detectan, se denuncian y, teniendo el poder para ello, se destruyen. Pero las ideologías congenialmente derivadas de la manera como el mundo funciona y se legitima, no desaparecen en tanto el mundo permanezca igual.

— No deja de ser impresionante la renovada necesidad de legitimaciones religiosas que el capita-

lismo tardío va manifestando. En este contexto, la "Iglesia Electrónica", así como muchos otros fenómenos ideológicos que se hacen presentes en el cristianismo, es sólo un absceso ideológico claramente perceptible. Hay otras formas de manipulación de la religión que son más sutiles.

— Los pobres se dejan llevar y son víctimas de esa corriente, porque en su vida cotidiana hay un grito de socorro, un desesperado conjunto de inseguridades y necesidades y el anhelo por unas manos fraternales hacia ellos. Es fundamental ver que lo que más se explota no es la religión como si ella fuera una entidad ontológica, sino que lo que se explota son los pobres que sí son seres concretos.

— En suma, es necesario ver el fetichismo no como un proceso etéreo en el mundo de las ideas e imágenes abstractas, sino como un proceso real, que se materializa en instituciones y formas de organización social, ayudando así a perpetuar las opresiones reales.

PEQUEÑO INVENTARIO DE PERPLEJIDADES

¿Se puede competir con la "Iglesia Electrónica", hacerlo en el mismo terreno y con las mismas armas? Moral y financieramente ni hablar. Exigiría cambios profundos en el uso de los recursos financieros de las iglesias.

Existe un movimiento pentecostalista, versión mágico-religiosa que "explica", sin ningún análisis, las causas socio-económicas de la miseria, la razón por la cual la miseria existe: porque las personas se niegan a convertirse. Las otras explicaciones son eliminadas, son descartadas, se vuelven superfluas. Esfuerzo y trabajo resuelven todos los problemas

El tremendo barullo de los "programas religiosos" en la radio y en la TV no debería hacernos olvidar que la comunicación y los medios de comunicación no son sinónimos.

¿Y si lo fundamental para los cristianos no fuese "dar noticias" sino "ser noticia"... ser testimonio que se torna en "buena nueva"?

Según algunos representantes de la Iglesia, evangelizar por los medios de comunicación no significa, necesariamente, posesión de los canales de comunicación por parte de la Iglesia. Mons. Mauro Morelli, Obispo de Duque de Caxias-Brasil dice:

Tenemos la Pastoral de las Comunicaciones que más que nunca es un asunto de nuestro tiempo. Por medio de ella, la Iglesia necesita buscar medios para despertar a los líderes de la comunicación existente para las causas cristianas. Para la verdad, la justicia y la solidaridad. A través de los medios de comunicación, la Iglesia necesita desarrollar en la población la capacidad de evaluar, discernir y escoger. Necesita transformar al pueblo de objeto en sujeto. Necesita, finalmente, despertar una conciencia crítica en las personas que oyen la radio y ven la televisión. Y para hacer eso no es preciso disponer de los canales exclusivos de comunicación (Folha de Sao Paulo, 4 diciembre, 83).

¿Es la radio el canal del pobre? No se trata de negar la importancia aún primordial de la radio en América Latina. Pero quienes analizan tendencias irreversibles en los medios electrónicos señalan:

— la TV evolucionó en menos de dos décadas, de estaciones básicamente locales a un predominio actual de redes integradas;

— la TV, cada vez más omnipresente, dejó de ser hace mucho, el canal de las minorías privilegiadas; hoy llega hasta las mayorías en gran parte de los países latinoamericanos, y muy pronto llegará a los que faltan;

— la radio, con esa expansión de la TV, cambió de naturaleza así como la prensa; ambos tardan en darse cuenta de esto; la radio debe buscar otras funciones: profundización de la información, periodismo interpretativo, entretenimiento para quien no está cerca del televisor, etc.;

— técnicamente, ya estamos en la era del predominio de la FM, en áreas urbanas. ¿Qué sucederá con las estaciones de sonido inferior que están técnicamente desactualizadas?

Otra de las perplejidades vigentes es el intento de ver lo religioso solo en los programas religiosos. Creemos que es, en cierta medida, errado y por dos razones. Primero, porque en la programación general de los medios de comunicación lo religioso es explícitamente aludido o invocado. Esa religión persuasiva, penetrando en los hechos de la vida es lo que debe ser analizado seria y críticamente. Sospechamos que en ella predomina un extraño dios intervencionista, un dios-destino, un dios-"voluntad de Dios", un dios-lotería, un dios-arbitrario. ¿Será que los programas religiosos no trabajan en complicidad con ese dios que hasta ayuda a hacer los goles en el campeonato? Después está, en segundo lugar, la omnipresencia del fetichismo que tiene un canal preferido en la publicidad: ¿por qué será que

muchos programas religiosos están articulados según el esquema de la publicidad?

Cuando un cristianismo distorsionado penetra en los poros de un sistema opresor y se hace parte de su circulación endócrina, hablar de religión es un asunto muy arriesgado y peligroso. De repente nos convertimos en aliados de aquello que nos gustaría cambiar.

Alguien podrá preguntarse ¿qué sería de los pobres sin los milagros? Aquí no vamos a negar que tales hechos existen cotidianamente, eso sería absurdo. Quien ha frecuentado alguna vez los cultos pentecostales, reconoce que hay personas que son menos infelices. Sostener que sean realmente intervenciones divinas (o diabólicas) es otro asunto. Los empobrecidos y todos los pisoteados y carentes de los más mínimos alivios, se inclinan a aceptar las explicaciones religiosas.

No se trata, evidentemente, de apoyar el curanderismo o el milagrerismo. Pero es necesario salir de los simplismos racionalistas; abandonar la pseudociencia, soportar preguntas. No querer explicar todo como trampa y engaño, a pesar de que existen muchos tramposos. Lo terrible es que la religión provee los sustitutos mágicos allá donde se exigen soluciones de carácter humano, individual y social.

Milagros hay. Lo que faltan son soluciones. Los milagros son indicadores de carencias reales; son parábolas de las tareas históricas que hace falta enfrentar; son compensaciones inmediatistas en un mundo de gente maltratada, tanto física como psíquicamente, tanto individual como socialmente.

El punto que aquí interesa resaltar es la perfecta funcionalidad de los milagros en los sistemas sociales que atentan permanentemente contra la vida. En este sentido más radical, en el plano del sistema opresor, se desnuda todo el carácter no de los individuos necesitados que se alivian con milagros. Es en las necesidades del sistema social donde los milagros funcionan como alivios compensadores.

A falta de soluciones aparecen inevitablemente los milagros y las religiones se han encargado de industrializarlos desde siempre. Lo nuevo en la "Iglesia Electrónica", es que esa industrialización religiosa de los milagros se da descaradamente para que el sistema opresor tenga menos problemas y siga igual.

Otra pregunta importante es: ¿basta la coincidencia de clase para coincidir en la lucha? Surge la hipótesis de que los empobrecidos y marginados son los destinatarios preferidos de gran parte de los programas religiosos. Se agrega a esto el hecho de que la expansión de las "sectas" se da sobre todo en las capas populares. Desde hace décadas se analiza el asunto y las opiniones oscilan desde el endiosamiento acrítico, con su expresión de una especie de

"populismo liberacionista", hasta una postura de rechazo casi total.

De cualquier forma, no vemos cómo se pueda omitir una noble advertencia: primero que no se caiga en la ingenuidad de una extraña visión, economicista a su modo, en la cual las clases populares son elevadas a una especie de slogan —"el pueblo no se engaña"—; segundo, que no se asuma una postura elitista, purista, de vanguardistas que ya saben todo a partir de algún manual, acaso "marxista".

La "Iglesia Electrónica" no es analizada correctamente si es vista simplemente como una expresión religiosa más, como una expresión religiosa entre otras. Debe ser vista como un movimiento idolátrico, una tremenda fuente de idolatría, en coherencia con circunstancias históricas específicas del mundo actual. Es un fenómeno que guarda una relación orgánica y profunda con las necesidades peculiares de los sistemas de opresión en el momento actual de la historia

Es necesario conservar una actitud de profundo respeto, capaz de aceptar y digerir perplejidades, capaz de reconocer que hay muchas cosas en la vida de las cuales los profesores universitarios —y los teólogos— no tienen mucha noción. Por eso es necesario estar abierto para aprender y saber valorar las sorpresas.

PISTAS A PARTIR DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Ante cualquier tipo de comunicación, difundido abierta y públicamente, conviene aplicar siempre la hipótesis de que, probablemente, esta guarda una relación funcional con el funcionamiento del sistema global imperante. Lo cual no excluye la existencia de espacios tolerados para una comunicación alternativa. Pero es preciso no olvidar que ella es contrahegemónica. La hegemónica es la comunicación "ajustada".

Esta hipótesis se nos presenta como figura fundamental en el análisis de los programas religiosos en los medios electrónicos. El hecho de que esos programas puedan funcionar, con tanto apoyo, en los Estados Unidos, nos remite a una funcionalidad ideológica en el sistema capitalista norteamericano. Lo mismo vale en relación a las diferentes situaciones de América Latina.

Las prácticas de comunicación dominantes están íntimamente articuladas a las estructuras de poder. Analizar las prácticas de comunicación de las iglesias latinoamericanas significa entender cómo se estructuran políticamente tales organizaciones religiosas y cómo se ejercen allí los mecanismos del poder.

Por otra parte, hay que tomar conciencia de que el capitalismo es una fantástica producción social de apariencias, con el consiguiente ocultamiento de lo real. Es bueno recordar que la humanidad despertó, hace solo algunos siglos, a la conciencia de que el mundo social y el curso de los acontecimientos son Historia, la que es perfectible y pervertible. Las religiones, y sobre todo la religiosidad popular todavía no asimilaron totalmente esta conciencia reciente. Continúan usando muchos términos ligados a una noción de curso pre-definido, aunque camuflado de "voluntad de Dios".

Desde que la humanidad despertó hacia un carácter factible de los acontecimientos sociales, las dominaciones y opresiones —que siempre buscarán legitimidades religiosas— entraron en una nueva fase. En un mundo considerado como factible, los mecanismos opresores comienzan a ocultarse. Esto no porque un grupo de poderosos, muy perversos, haya decidido operar ese ocultamiento de lo real con plena intención. La propia manera de funcionar de la economía fue creando los mecanismos ocultadores.

El capitalismo fetichiza la realidad, ocultándola de nuestra percepción. Todo el lenguaje que se creó en la economía burguesa para hablar de los hechos económicos y sociales, es fetichizante.

La religión que a Marx le interesaba desenmascarar era el fetichismo en la vida cotidiana. Gramsci elabora, a partir de esta visión de Marx, pero sumergiéndola en el análisis de la reproducción de la ideología de lo cotidiano, el concepto de "sentido común". No se trata de un concepto despectivo sino de una noción importante para entender cómo las personas sobreviven en medio de los problemas concretos. Esto nos remite a la experiencia religiosa cotidiana de las clases populares. Así como las ciencias operan con modelos explicativos o construcciones cognoscitivas de lo real, también el sentido común opera con modelos simples, con explicaciones fáciles. El sentido común es inmediateista, se aferra a la primera explicación plausible que le "basta" para sobrevivir en lo inmediato. Es ahí donde entran

en escena las explicaciones mágico-religiosas de los problemas reales.

Pero el sentido común es también una terrible trampa debido a su extrema manipulabilidad. Internaliza respuestas rápidas para muchas preguntas más o menos desagradables y estas respuestas rápidas son hoy industrializadas por muchas instancias. En esta línea de refuerzo y encauzamiento del sentido común los fundamentalistas religiosos, tanto en los Estados Unidos como en América Latina, vienen ejerciendo su influencia.

Es probable que una de las mejores puertas de entrada para entender por qué el fundamentalismo religioso llega a las masas empobrecidas, sea el análisis de la relación que existe entre su mensaje y sus formas simbólicas y el universo de la cotidianidad

Milagros hay. Lo que faltan son soluciones. Los milagros son indicadores de carencias reales; son parábolas de las tareas históricas que hace falta enfrentar; son compensaciones inmediateistas en el mundo de gente maltratada, tanto física como psíquicamente, tanto individual como socialmente

de los oprimidos, pero específicamente, la cotidianidad de lo sagrado en la vida de las personas que sufren todo tipo de privaciones. Este es un terreno poco investigado hasta el momento.

La TV por su parte es también una máquina fetichizadora de la realidad. Es un hecho que la TV vino para quedarse. Por tanto, es necesario saber convivir con ella, por lo que de nada sirve adoptar una actitud apocalíptica y condenatoria ante ella. Es preciso saber algo sobre las características propias de este medio de comunicación para entender hasta qué punto puede involucrarnos en su juego de simulación sustitutiva de la realidad.

Para empezar, la TV es un medio que se recibe y no es como la prensa escrita, un medio que se percibe. La participación reflexiva del tele-espectador es mínima por muchas razones. Por ejemplo, la imagen completa nunca existe en el televisor, ella es

completada en nuestro cerebro. Puede que parezca banal, pero hay estudios científicos que demuestran que eso es importante para entender los efectos semihipnóticos y creadores de dependencia a la TV. Estimulados en forma muy desigual los hemisferios cerebrales, con el creciente esfuerzo de construir la imagen televisiva, empeña tremendamente el hemisferio derecho, dejando en inactividad casi por completo al izquierdo, de lo cual se concluye que surgen dos problemas: primero, la superactivación de solo una parte del cerebro hace que la "información" consuma casi toda la energía disponible en esta parte del cerebro, no dejando tiempo para la penetración y el análisis. Segundo, el impacto, captado de esta forma, tiende a llevar la imagen directamente a la base emocional del cerebro, sin tocar o activar la parte reflexiva.

Otros autores sostienen que la TV representa "una nueva manera de trabajar la relación apariencia-realidad y una nueva manera de volver al mundo manipulable. La imagen opera a medio camino entre lo real y lo imaginario, porque el conocimiento se identifica, en la era de la TV, con el ver y la verdad con la experiencia inmediata de las imágenes".

La TV induce al tele-espectador a una creencia mágica de "su" objetividad. La imagen asegura que nos hace ver la realidad. Ella no se define por el contenido, sino por la eficacia ritual y espectacular de la propia imagen. De esta forma, la propia imagen televisiva se auto-asegura, se auto-testifica. Como sustituto de lo real, elevado a la dignidad de único mediador fidedigno de lo real, la TV pide aquello que todos los representantes de algo mediado siempre pedirán: que no se discuta su carácter de representante auténtico. La TV está, en cierto modo, revestida de dignidad "sacerdotal". La imagen se convierte en el lugar espectacular, internalizado como lugar psíquico, donde se crean certezas, seguridades, esperanzas y emociones.

Veamos un ejemplo. Una terrible inundación en Florencia con muchos muertos y destrucción. Los italianos conmovidos por la tragedia quieren más información, nombres de los responsables. La TV los inunda con imágenes. Las protestas disminuyen y todos parecen satisfechos. Un testigo comentó en aquel entonces, "parecía que la tragedia, en la medida en que se convertía en espectáculo, disminuía de importancia..." O sea, la TV restablece siempre las "justas proporciones" mediante la transformación de los acontecimientos más trágicos en espectáculo visual. Hace poco escuchaba un comentario con respecto a imágenes muy fuertes de la represión en Africa del Sur: "Qué bueno que al fin todo el mundo pueda ver esa barbaridad". El problema es que los que ven las imágenes de represión quedan televisivamente apaciguados en su rabia.

La TV no es únicamente un enorme proceso de intensificación del fetichismo, sino que ella se constituye, en cuanto fetichizadora, en mediadora de una adhesión devota a la realidad sustitutiva que ella misma engendra. La TV, aun cuando no trae mensajes religiosos, instaura una relación próxima a lo religioso.

La hipótesis es la siguiente: la religión vía TV es, casi inevitablemente, un refuerzo religioso de una fetichización que ya funciona como tal. Por tanto, un uso crítico de la TV para los programas religiosos implica introducir un distanciamiento y criticidad en las imágenes, por medio de imágenes y palabras. Cosa bastante exigente. Por ejemplo, cuando el Vaticano, hace poco hizo saber que bendición e "indulgencia" transmitidas "al vivo" son válidas, pero que no tienen el mismo valor cuando son retransmitidas en videotape, cualquier profesor de Teoría de la Comunicación lo habría sentido como chistoso. ¿Hay una realidad viva en la transmisión en vivo? ¿O es la TV siempre una "realidad" transpuesta a la imagen?

En otro ámbito de esta misma realidad, conviene tomar en consideración el hecho de que por las nuevas posibilidades tecnológicas, o por afinación imitativa con el lenguaje de la TV, está ocurriendo una transformación de los significantes del audio en la radio.

Pero también en este punto todo pasa como en cualquier experiencia amorosa. La certeza de amar y ser amado está inscrita en las vicisitudes de la historia. Y amar significa también estar abierto a la gracia de ser amado, para poder amar. Amar es siempre querer poder amar. Cuando el amor se cierra sobre la certeza de poseer, en la garantía de tener sin poder volver a perder, el amor entonces se vacía de su verdadera sustancia

El medio más conducente a la reflexión crítica es, por su propia naturaleza, la prensa escrita. La radio tiende a apartarse, en términos globales, del papel de incitador a la reflexión. Siempre fue un

medio cuyo destinatario preferido es la imaginación de los oyentes y no su reflexión. Hay señales de que el distanciamiento entre el significante impreso y el significante audio ha aumentado mucho en las últimas décadas.

Cuando se presta atención a las técnicas de manipulación de la palabra por parte de los locutores de mayor audiencia popular, se entiende por qué su comportamiento, cuando son entrevistados en la TV o cuando son vistos de cerca, es completamente dramatizado. Tal vez pudiera llamarse también "palabra teatralizada intrínsecamente en el propio audio". Eso nos confronta con un hecho auditivo para lo cual los antiguos conceptos se tornan insuficientes, como recursos descriptivos.

¿A qué nos eleva ese tipo de reflexión? De vuelta a una característica de muchos programas religioso en la radio: también ellos distan mucho de la lengua reflexiva y recurren con frecuencia al "lenguaje imaginético". Para expresarlo con un poco de paradoja, digamos que ellos hablan no sólo para ser oídos, sino para ser vistos y palpados. La emocionalidad de los clientes es interpelada directamente.

PISTAS A PARTIR DE LA TEOLOGIA

¿Qué es la palabra de Dios para un fundamentalista? Para un tele-evangelista norteamericano es algo sumamente concreto; aquel paquete de hojas lujosamente encuadernado, aquella cosa que tiene agarrada en el mano y que él abre y muestra. Un objeto. Con ese objeto se puede dar un puñetazo argumentativo. Es una cosa, un punto, como una barra de oro o un talonario de cheques.

Esta trascendencia perversa es algo real en el mundo capitalista. El mundo de las relaciones mercantiles tiende a la totalidad, al mercado total. La fetichización, que acompaña y legitima este proceso, es una religión concreta hecha de perversas infinitudes, ligadas a objetos. Es una cadena enorme de cosas transformadas en objetos devocionales

¿No son lindos los símbolos agresivos de la Biblia abierta y sobre ella el águila norteamericana? Objetos devocionales que no requieren cualquier mediación hermenéutica o interpretación exegética. La devoción va directamente al objeto.

El predicador fundamentalista, con su Biblia en la mano nos dice: "Esta Biblia te salvará. Agárrala bien firme con la mano"... No venden Biblias, venden salvación. Tangiblemente, cosificadamente.

Es, sin duda, importante hacer llegar la Biblia, entera y con buenas traducciones, a las manos del pueblo. Está más que probado que el pueblo sencillo descubre riquezas en la Palabra de Dios que no siempre se les ocurre a los expertos en exégesis. Pero es, decididamente, algo muy diferente de la cosificación de la Biblia-objeto devocional.

Esta profunda diferencia en los distintos y contradictorios usos de la Biblia no puede estar ausente en el análisis de los programas religiosos electrónicos.

También es importante reflexionar sobre el hecho de que la Teología está al servicio de la Fe. Por eso no es verdaderamente practicable fuera de la fe. Las pretendidas "teologías" que no brotan de la fe, que no se alimentan de ella y la alimentan, son un desastre para el cristianismo. La teología está siempre tentada de convertirse en una grandeza autónoma. Estructura codificada de mitos, otrora; estructura discursiva codificada, hoy. En esa tentación de autonomía o grandeza en sí, la teología se vuelve mitología o logología. Y así se deshistoriza.

Cabe reflexionar también en lo que Marx denominó la trascendencia perversa, para referirse a la tendencia a la infinitud, al valor que no acaba nunca de autovalorizarse, pues exige una autovaloración sin límites.

Esta trascendencia perversa es algo real en el mundo capitalista. El mundo de las relaciones mercantiles tiende a la totalidad, al mercado total. La fetichización, que acompaña y legitima este proceso, es una religión concreta hecha de perversas infinitudes, ligadas a objetos. Es una cadena enorme de cosas transformadas en objetos devocionales. Es la red idolátrica, desde la simple mercancía hasta el culto perfecto a Moloc-Capital, dios que exige sacrificios infinitos. La peculiaridad de este universo devocional consiste en la seguridad que él confiere a los adeptos realmente cumplidores y devotos.

El asunto viene al caso, porque los fundamentalistas sienten una atracción irresistible por las materializaciones tangibles del misterio insondable de Dios y de nuestras relaciones con él. Se trata de una perversión de la propia experiencia de la fe: en lugar de una búsqueda de esperanzas de la efectividad del amor entre las personas para que se pueda vislumbrar en esa vivencia toda la belleza de Dios, pasa a ser un acto bancario de seguros de vida y cheques

especiales. Eso, claro está, se opera mediante la activación de las relaciones mercantiles, con la ayuda de objetos tangibles, en el propio corazón de la religiosidad.

Un trazo bien marcado del Concilio Vaticano II consiste en la reafirmación de un aspecto original del judeo cristianismo: que solo podemos amar a Dios mediante las tareas que nos toca cumplir para hacer de este mundo un lugar más justo y fraternal. Eso quiere decir que la experiencia de lo trascendente está inscrita en la lucha por la justicia, la paz, las condiciones propicias al amor, dentro de la historia. La Teología de la Liberación tomó este punto y lo transformó en su bandera.

A Dios se le busca, no se le tiene. Y se lo busca en las contingencias propias de los procesos históricos, en este mundo. Amar, alegrarse, luchar contra las injusticias, crear la fraternidad, eso empuja a la gente a participar en las anticipaciones gustosas del Reino definitivo. Y no hay más certeza que esa, por más que nos quieran vender seguros de vida eterna.

Los "nacidos de nuevo" del fundamentalismo tienen buena dosis de razón al insistir en la confianza benévola junto a Dios, a través de la obra de Cristo, que nos reveló a un Dios Padre y un Espíritu Consolador. Esto, además, está clarísimo en la Biblia, cuando los primeros cristianos nos cuentan de su júbilo y de su capacidad de explotar en fiesta, por saber que el Dios cristiano no tiene nada que ver con la divinidades torturadoras y los ídolos sedientos de sangre.

El derecho a la vida, que significa el derecho a los medios para vivir, y vivir en alegría, es un reclamo fundamental de los que creen en el Dios de la Vida; la fe en la Resurrección es el meollo y lo más determinante de la experiencia cristiana.

Pero también en este punto todo pasa como en cualquier experiencia amorosa. La certeza de amar y



No venden Biblias, venden salvación. Tangiblemente, cosificadamente



La emocionalidad de los clientes es interpelada directamente

ser amado está inscrita en las vicisitudes de la historia. Y amar significa también estar abierto a la gracia de ser amado, para poder amar. Amar es siempre querer poder amar. Cuando el amor se cierra sobre la certeza de poseer, en la garantía de tener sin poder volver a perder, el amor entonces se vacía de su verdadera sustancia.

Este asunto viene a propósito por la manera ambiguamente posesiva con la cual los fundamentalistas venden sus verdades.

Finalmente, unas palabras sobre la teoría del espejo. Esta extraña expresión pretende referirse a una oportunidad extraordinaria que la "Iglesia Electrónica" representa para las iglesias cristianas. El espejo ofrece la oportunidad de mirarse de cuerpo entero.

No queremos proponer que aquello que la "Iglesia Electrónica" devuelve como imagen, sea la imagen fiel de la realidad de esas iglesias. No, eso sería exagerar el tono. Las diferencias existen, pero también son reconocidas las semejanzas.

Analizar lo que sucede en lo que convenimos llamar "Iglesia Electrónica" es, de todos modos, una rara oportunidad para examinar las raíces, precedentes, orígenes, semejanzas de lo que ellas dicen y hacen, con lo que esas mismas iglesias ya dijeron o aún dicen, hicieron y aún hace, exactamente en relación a determinados temas y determinadas prácticas.

¿Es posible huir de este auto-examen, de este acto penitencial? Y si hubiera semejanzas impresionantes en muchos puntos, ¿qué hacer? ¿Sumar coincidencias y alegrarse con este hecho? O, dada la crucial seriedad del asunto, ¿es hora de distanciamientos y opciones imperativas? ¿Será que una posición esclarecedora en este asunto no tiene nada que ver con el futuro del cristianismo junto a la causa de los pobres? De todos modos, cualquier estudio serio sobre este asunto no podrá evadir lo que jocosamente hemos llamado la teoría del espejo ●

Fotos tomadas de la Revista Manchete