

MILAGROS EN LA RADIO. INTERSECCIONES ENTRE COMUNICACIÓN Y RELIGIOSIDAD POPULAR

Miracles on the radio. Interrelations between communication and popular religiosity

GLORIA ELENA MIGUEL

CONICET-INDES/UNSE - Instituto de Estudios para el Desarrollo Social
Universidad Nacional de Santiago del Estero
Av. Belgrano (s) N° 2180, Santiago del Estero
glem80@hotmail.com

Recibido: 16-12-2015

Aceptado: 07-09-2016

Resumen

Las heterogéneas incidencias de la religiosidad en los medios de comunicación contemporáneos configuran un espacio mediático en el que intervienen iglesias de distintas vertientes evangélicas sobre todo pentecostales. Con radios propias o con programas en radios seculares, tienen lugar desde producciones de aficionados hasta profesionalizadas. En este marco nos preguntamos por los usos del medio, la conformación de los discursos evangélicos mediáticos y las interpelaciones dirigidas hacia la audiencia. En este artículo analizamos un programa de una iglesia pentecostal inserto en una radio FM comercial musical secular de perfil popular.

Analizamos el discurso radiofónico considerando su perspectiva enunciativa en relación con el énfasis puesto en la “sanidad”, describiendo los modos de interpelación de la audiencia y participación del público que se organiza en el programa. Observamos también la dimensión técnica involucrada en la

emisión radiofónica como soporte de las interacciones mediáticas y el contacto que se establece entre los conductores y la audiencia.

Consideramos que en estas expresiones mediáticas emergen características *cosmológicas* que sustentan la religiosidad popular, pero en este caso extendidas hacia el ámbito radial y por lo tanto asumiendo facetas específicamente mediáticas.

Palabras clave: culturas populares, radiofonía, comunicación popular.

Abstract

Heterogeneous influences of religiosity in contemporary media have configured a media space in which are involved evangelical churches from different evangelical aspects, especially Pentecostals. With its own radios or radios secular programs, amateur to professionalized productions take place. In this framework we asked for the uses of the media, the creation of media evangelical speeches and the interpellations addressed to the audience. In this article we analyze a program insert in a Pentecostal church in a secular musical popular commercial FM radio profile.

We analyze the radio speech broadcast considering its expository perspective in relation to the emphasis on "health", describing the ways of interpellation of the audience and the audience participation that is organized in the program.

We also note the technical dimension involved in the radio broadcast as a support of media interactions and the contact established between the conductors and the audience. We believe that from these media expressions emerge *cosmological* features that support the popular religiosity, but in this case they are extended to radial field and therefore taking specific media facets.

Keywords: popular culture, radio, popular communication.

INTRODUCCIÓN¹⁷

Uno de los aspectos influyentes para el desarrollo de la radiofonía en la Argentina ha sido la relativa accesibilidad para la puesta en funcionamiento de las radios de frecuencia modulada (FM). Esto también ha contribuido para que un conjunto amplio y diverso de actores sociales (más evidente cuando se lo compara con medios impresos y televisivos) se instalen en el medio – aunque con competencias y recursos desiguales-. Entre ellos encontramos desde la radiofonía comercial, hasta la alternativa, comunitaria y popular. En este trabajo nos proponemos explorar usos religiosos del medio radiofónico que constituyen expresiones culturales populares.

Encontramos en Martín-Barbero (1997) una propuesta para indagar estos modos de comunicación que, sin dejar de lado la eficacia de la industria cultural, evita los reduccionismos de la comunicación popular que señala carencias a partir de parámetros de producción mediática considerados más legítimos; y evita también la mirada reproductivista que sólo reconoce determinaciones externas. De modo que tal como lo proponen Grignon y Passeron (1991), permita dar cuenta de las culturas populares en positivo más allá de sus instancias de resistencia.

La radio es en este sentido un medio masivo que por sus características se constituye en espacio de comunicación conformado y atravesado por la cultura popular; tal como sostiene Martín Barbero sus “rasgos tecno-discursivos le permiten a la radio mediar lo popular como ningún otro” (1997: 197). Nos interesan entonces estos rasgos de la radio y sus vinculaciones con los espacios culturales populares, y el modo en que lo popular “nos interpela desde lo masivo” (Martín-Barbero 1997: 247).

En esta intersección entre popular y masivo, nos concentramos en los usos del medio radial en los programas dedicados a pedidos de oraciones, en el marco de la religiosidad evangélica pentecostal. Las vinculaciones culturales populares no se circunscriben en este caso al

¹⁷ El análisis que se desarrolla en este artículo tiene lugar en el marco de la investigación de la tesis doctoral (2013) financiada a través de becas doctorales de CONICET.

medio radiofónico en general sino que han sido ya señaladas en los estudios sobre pentecostalismo; Semán lo plantea en estos términos: “esta forma de religiosidad consigue revalorizar creencias tradicionales que ni la Iglesia Católica ni las instituciones modernas tienen en cuenta y, al mismo tiempo, las adaptan a las problemáticas específicas de los sectores populares urbanos” (2003: 162). Por lo tanto “la ‘actualidad de los dones del Espíritu Santo’, la posibilidad de un encuentro personal con la divinidad y, más laxamente, la afirmación de la posibilidad de intervenciones divinas en la vida cotidiana de los creyentes” (2006: 199-200) son creencias que diferenciaron al pentecostalismo dentro del cristianismo protestante. Sobre las concepciones pentecostales Wynarczyk señala: “Para los pentecostales Dios sigue actuando todo el tiempo, los milagros ocurren siempre, Dios sigue hablando al hombre (‘revelaciones extemporáneas’). Esta comprensión abre el camino a una multiplicidad de ministerios pastorales y teologías no académicas que se especializan en algún carisma: sanidad, profecía, prosperidad” (2009: 49). Estos aspectos de la religiosidad pentecostal se traducen asimismo en el uso de los medios de comunicación.

Las iglesias evangélicas en Latinoamérica, sobre todo pentecostales, han utilizado ampliamente los medios de comunicación y especialmente la radio. Assman (1987)¹⁸ a mediados de la década de los ochentas indica la extensión del fenómeno radiofónico en América latina, a partir de la discusión sobre la noción de *iglesia electrónica* -desarrollada en el contexto norteamericano-. En la Argentina, entre los pastores de mayor visibilidad mediática en la década de los ochentas, es Omar Cabrera quien utiliza la radio en muchas provincias del país: alcanzaba en 1989 a 45 emisoras, en 2 países y cubría 17 provincias argentinas (Wynarczyk 1989: 60). En el marco de análisis de la inscripción de elementos de la *cultura mass-mediática*

¹⁸ Su análisis inscripto en la línea de la teología de la liberación –en diálogo con las ciencias sociales-, es uno de los primeros en plantear el tema en América latina. Assman ofrece una “ejemplificación informativa” (1987:64) en la que describe una serie de casos sobre los más importantes tele-evangelistas norteamericanos de la década de los ochenta, y presenta su influencia en América Latina; también describe casos locales, especialmente brasileros. Aunque el fenómeno es principalmente evangélico, incluye menciones católicas.

en la ritualidad religiosa¹⁹ Gogin Sias y Pérez Vela sostienen que la radio permite “*trasladar el culto* del templo al espacio cotidiano más cercano de la gente” y “*posibilitar la promoción del evento cívico*” (1997: 24)²⁰. La radio aparece aquí vinculada a la transmisión y la promoción de los cultos que tienen lugar en la iglesia, de modo que el medio de comunicación remite a algo que ocurre fuera de los estudios radiales, en el templo. Esta relación con el espacio exterior o interior al medio le permite a Fernández (2008) señalar modos generales de enunciación radiofónica: desde la transmisión de acontecimientos exteriores al medio, a la emisión producida en el medio. Es en este último donde se constituye un espacio mediático, es decir una producción específicamente radiofónica, y una audiencia específicamente radiofónica.

En nuestro caso, el de las “oraciones por milagros”, si bien el uso de la radio se enmarca en las prácticas que tienen lugar en los cultos pentecostales, en el programa se las traslada, adapta y por lo tanto

¹⁹ El estudio se refiere a la iglesia pentecostal de origen brasileño Dios es Amor en Perú.

²⁰ La producción cultural y mediática religiosa es objeto de análisis de estudiosos de distintos países. En Argentina han sido estudiadas las editoriales católicas y evangélicas (Algranti 2011, 2013, 2014), la literatura de autoayuda, la literatura espiritual contemporánea y su recepción (Semán, 2006; Semán y Rizo, 2013), el desarrollo de nuevos liderazgos religiosos sustentados por medios masivos (Semán y Battaglia, 2012), la música evangélica (Semán y Gallo 2008) y la televisión evangélica (Renold, 2011). En Brasil ha sido analizada la programación televisiva pentecostal (Gouveia, 1999), un proyecto televisivo bautista (Carvalho Castro, Gonçalves Dusilek y Fernandes Silva, 2016), la recepción de un canal católico (Sierra Gutiérrez, 2008), el uso que individuos, grupos e instituciones religiosas hacen de Internet (Jungblut, 2010). En México, se ha abordado el acceso a la programación mediática por parte de iglesias católicas y evangélicas (Masferrer Kan, 2008), la radiofonía principalmente católica y evangélica (Reyna Ruiz, 2008), el circuito –televisivo y radiofónico-neoesotérico (De la Torre, 2006), la música evangélica (Garma Navarro, 2000). Nos circunscribimos aquí a mencionar las expresiones abordadas por estudios latinoamericanos, en este conjunto nuestro trabajo sobre radiofonía busca aproximarse a las manifestaciones que si bien están atravesadas por los lenguajes mediáticos masivos permiten al tiempo reconocer, como mencionamos en el texto, sus articulaciones con la comunicación y religiosidad popular.

modifica según la especificidad radiofónica²¹. Sostenemos que en estas expresiones mediáticas es posible reconocer características *cosmológicas* que sustentan la religiosidad popular (Semán 2006), pero extendidas aquí hacia el ámbito radial y por lo tanto asumiendo facetas mediáticas que tratamos de explorar. Para ello presentamos en primer lugar datos que nos introducen en las dimensiones del consumo radiofónico en la Argentina y características generales del programa que nos ocupa. Luego nos concentramos en dos aspectos entrelazados: por un lado, los enunciativos referidos a los modos en que se construyen relaciones con la audiencia, y por otro los técnicos vinculados a los soportes tecnológicos mediáticos que sustentan las interacciones mencionadas y que adquieren una densidad resignificada en el contexto de la religiosidad pentecostal.

I. LA RADIO POPULAR Y LOS LLAMADOS “AL AIRE”

La radio continúa siendo uno de los medios de comunicación de alto consumo entre los argentinos. Los datos de la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales* (2013)²² indican que el 86 % declaró haber *escuchado radio en el último año* y más de la mitad (54%) lo hace *casi todos los días*. El promedio de escucha diaria es de 3 horas 28 minutos, el 78 % utiliza el receptor tradicional (también en un 35 % se utiliza el celular y MP3/4, y en un 22% la PC o tableta) y los tipos de programas con mayores referencias de consumo son musicales (75%) e informativos (58%). Estos datos se refieren al amplio consumo radiofónico en el país, y son ilustrativos de la profusa y actual inserción del medio en la cotidianidad de la audiencia argentina.

²¹ En el ámbito de la radiofonía evangélica existe un amplio abanico de expresiones, desde las más profesionalizadas siguiendo modelos periodísticos y de servicio social, por ejemplo, hasta aquellas más apegadas al ámbito eclesial tradicional, allí la radio es espacio para predicaciones, meditaciones y estudios bíblicos.

²² Desarrollada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA 2013)

En congruencia con esos datos, el programa que analizamos²³ se emite en una estación de radio en la que predomina el perfil musical tropical y está especializada en música “del recuerdo”²⁴. La radio está ubicada en el centro de la ciudad de Santiago del Estero, la saturación del espectro radiofónico hace difícil precisar su zona de influencia, así como la de otras radios en la ciudad. Suponemos que la señal puede captarse fuera de la capital si consideramos por ejemplo que los pastores se dirigen a quienes escuchan en “distintos barrios de la ciudad” y “distintos lugares del interior de la provincia”. Un dato sería que la población rural de la provincia alcanza el 31 % según el último censo.

De modo que *La Hora del Milagro*²⁵ se inserta en una radio y una programación no evangélica, a diferencia de otros casos de radiofonía

²³ Realizamos un *registro de escucha* en el dial de la ciudad de Santiago del Estero –en el noroeste argentino– para reconocer el espectro radiofónico y la inserción de la radiofonía evangélica. Luego, un *registro de escucha* del programa durante agosto de 2011 y finalmente la grabación de cinco programas –consecutivos de lunes a viernes entre 16:30 y 17:30–. Seleccionamos este programa por ser local, en vivo –otros retransmiten radios fuera de la provincia o emiten programas grabados– y por estar inserto en una grilla de programación secular –otras iglesias poseen sus propias radios y producen la programación completa.

²⁴ Es conocida por uno de los programas emitido entre la noche y la madrugada: “Tiempos que Perduran”. El eje del programa es la “música del recuerdo”; los llamados de los oyentes están vinculados con un conocido localailable en el que se presentaban artistas “del recuerdo”, música tropical y chamamé. En la Argentina diversos ritmos se inscriben dentro de la música tropical, distintas vertientes de cumbia y cuarteto son sus principales expresiones. Se considera “del recuerdo” en general a la músicaailable y romántica de difusión masiva en las décadas de los cincuentas, sesentas, setentas y ochentas: Rock and roll (en inglés y castellano), twist, música moderna nacional, música melódica latina, disco, etcétera.

²⁵ Nombre del programa que pertenece a la iglesia pentecostal “Jesús es mi salvador” que en Santiago del Estero es uno de los aproximadamente 26 anexos que la iglesia tiene en el país (El listado completo de anexos en <http://iglesiajesusdesmisalvador.es.tl>). Durante la semana que registramos el programa en 2011 la conducción radiofónica estaba a cargo del pastor de la iglesia local, su esposa y una pastora llegada de Buenos Aires. Los pastores comentan en el programa, que la iglesia había comprado recientemente un terreno y realizaban la limpieza del lugar para edificar el templo. Esto indica su conformación o inserción relativamente nueva en la ciudad, puesto que es la

evangélica en los que las iglesias están vinculadas a las emisoras y esto se traduce en la organización integral de la programación. Se inicia con una ranchera “cristiana” como identificación, la presentación del programa de sus conductores, de las vías de comunicación, la iglesia, los medios de transporte para llegar a la iglesia y una oración para dar comienzo. El desarrollo se apoya en pedidos de oración al aire, mediante llamados telefónicos y mensajes de texto. Las adoraciones cristianas musicalizan estos segmentos, y marcan con su ritmo lento, pausas y separaciones entre pedidos. Los conductores invitan a los oyentes llamar, invitaciones como “si tiene familiares enfermos” o “si está en el hospital” o bien “hoy es día de la prosperidad” señalan que los llamados serán sobre problemas de salud o laborales y económicos, aunque en la práctica los primeros son la mayoría de pedidos. Los contenidos bíblicos -un marcador importante en los discursos evangélicos mediáticos- están en este caso subsumidos y referidos a la práctica de la oración por salud y liberación. Citas y referencias a milagros de sanación son sus expresiones más comunes.

2. RELIGIOSIDAD POPULAR, “MILAGROS” Y DISCURSOS PENTECOSTALES. ASPECTOS ENUNCIATIVOS

La participación del público encuentra diferentes vetas según las características de los medios de comunicación y sus formatos de producción. Con expresiones más o menos estructuradas y actualmente potenciadas por redes sociales, los mensajes y las comunicaciones telefónicas con los oyentes constituyen uno de los recursos más utilizados en el medio radiofónico. Los pedidos y dedicatorias de canciones, los “llamados para mandar saludos” y las comunicaciones a partir de consignas diarias de los programas, son algunos de los modos en que tiene lugar la participación de la audiencia. Estas características

compra del terreno lo que permite en general a las iglesias pentecostales edificar e iniciar “la obra”. Anunciaban también que estarían realizando “el avivamiento”, es decir un conjunto de actividades tendientes a renovar los esfuerzos evangelísticos. En este contexto el programa de radio se ubica como continuidad de esos esfuerzos de consolidación de la iglesia.

posibilitan analizar las interacciones en vivo entre enunciadores y oyentes que tienen lugar en los programas, considerando el modo en que se formula la interpelación al público y se estructuran sus intervenciones²⁶.

El programa participa de una programación no evangélica y dirige su interpelación principalmente a destinatarios que no asisten a la iglesia pentecostal²⁷, al público constituido por los oyentes de música “del recuerdo” y tropical que marca el perfil de la radio. La presentación de cada programa está marcada por la convocatoria tanto a llamar al programa como a acercarse a la iglesia, se repiten las líneas telefónicas de la radio, la iglesia y celulares, también orientaciones sobre transportes para llegar al templo. Evidentemente por medio de la radio se invita y convoca a concurrir al templo, pero el programa conjuga otro uso del que emerge la incidencia de la religiosidad como configuradora de prácticas mediáticas. El programa anuncia a partir de su nombre que en su transcurso tendrá lugar un milagro. Se trata de una propuesta

²⁶ Mata y Scarafía diferencian para el análisis del discurso radiofónico, las dimensiones referencial, estructural y enunciativa. En cuanto a esta última, que aquí retomamos, las autoras articulan conceptos de S. Sigal y E. Verón y K. Orecchioni entre otros, y los traducen en un planteo metodológico que atiende a las especificidades del discurso radiofónico. “Al analizar la dimensión enunciativa tratamos de descubrir esa relación (entre emisores y receptores). Pero en el discurso no encontramos a los sujetos reales, sino que encontramos lenguaje, palabras, un enunciado en el cual se representa a esos sujetos. (...) hay un contexto enunciativo que determina objetivos, condiciones y reglas de juego y que el emisor se adecua a ellas para cumplir con su función. Adecuarse significa elaborar una imagen de sí (enunciador) acorde a las circunstancias enunciativas y puede hacerse consciente o inconscientemente. Por eso hay que diferenciar al emisor empírico del emisor “discursivizado”, es decir representado en el discurso que denominamos enunciador. (...) El receptor empírico no aparece en el discurso. No aparecen Rosa, ni Pablo, ni Luis, a menos que algún día intervengan directamente en el programa, por ejemplo, telefónicamente, para hacer una propuesta o reclamo. Lo que aparece es una representación del receptor, la imagen del receptor que el emisor se ha elaborado y a la cual denominamos destinatario” (1993: 55-56).

²⁷ La ciudad de Santiago del Estero se ubica en el Noroeste argentino. Según datos surgidos de la “Primera encuesta sobre creencias y actitudes religiosas en Argentina” (Mallimaci, 2008), en el NOA el 91,7 % de los encuestados se identifica como católico y el 3,7 % como evangélico, mientras en el nivel país el 76,5 % se define católico y el 9 % como evangélico.

comunicativa sustentada en un elemento clave de la religiosidad pentecostal, en la cual “milagros de sanidad” son considerados “el principal dinamizador de la expansión del pentecostalismo en América Latina” (Wynarczyk, 2009: 48)

Como mencionamos, las oraciones de los oyentes sustentan el programa; por ejemplo esta oración de inicio de programa:

La hora del milagro 09/08/11

(...)²⁸

Pastor: Gloria al nombre del señor, alabado, nosotros en esta hora, alabado sea el nombre del señor estamos para compartir la bendición de Dios, siento que la unción se va a desatar, que la unción se va a desatar en tu casa, en tu familia, gloria, gloria, gloria, gloria, gloria, gloria, gloria, gloria. En esta hora quiero hacer la oración para dar comienzo aleluya a este gran precioso programa, gloria al nombre del señor que Dios nos ha puesto en estas *ondas radiales para bendecir la provincia, para bendecir aleluya esta ciudad*. ¡Oh Dios amado! En este momento mi Dios me presento como un ciervo señor, sencillo y humilde ante tu presencia mi Dios, Oh Santo, santo, santo, Dios de Israel, en esta hora mi Dios amado, en este programa la hora del milagro mi Dios, cuántas vidas me estarán escuchando mi Dios, en distintos lugares señor del interior de la provincia, aún en distintos barrios de la ciudad capital Señor, mira señor en este día martes, quiero que la bendición se desate, quiero que el milagro acontezca mi Dios, en el nombre de Jesús mira cuántas personas enfermas, cuántas personas que están oprimidas, en el nombre de Jesús, mira señor aleluya, cuántas familias, cuántos matrimonios Señor, oh gloria, gloria, gloria. En esta hora señor restaura a la familia, restaura el matrimonio, restaura los hijos, sana a los enfermos, levanta a los paralíticos mi Dios, gloria, gloria, gloria. Siento la presencia de Dios cayendo, siento la presencia de Dios cayendo, en cada lugar, oh gloria, gloria, gloria, en cada barrio. En esta hora la unción de Dios se desata. Va a comenzar a temblar el lugar a donde tú estás, va a comenzar a temblar, fuego de Dios cayendo, fuego de Dios soplando en esta hora, el espíritu santo de Dios está aquí, el espíritu santo de Dios está aquí, obra el milagro mi Dios. Obra mi Dios, obra mi

²⁸ Omitimos la primera entrada del pastor y la pastora, en la que dan la bienvenida al programa y detallan las líneas de comunicación con la radio y de transporte para llegar al templo.

Dios. En cada vida mi Dios, en el nombre de Jesús de Nazaret, la unción se desata, la unción se desata. Fuego de Dios, ¡sopla Dios! En el nombre de Jesús, gracias mi Dios amado y dejamos todo en tus manos, toma mi vida mi Dios... Amén.

(Sube cortina musical) (Cursivas nuestras)

Son varios los aspectos del programa y de la iglesia que nos remiten a la religiosidad popular pentecostal. Un modo de hablar cargado de expresiones como “amén”, “aleluya”, “gloria a Dios” y modulado por un tono urgente y enfático, que se diferencia en el contexto radiofónico de otras emisoras, marcados por las voces de locutores moduladas profesionalmente. En este sentido el pastor evidencia la influencia de un estilo evangelístico imperativo, especialmente en el tono elevado y la expresión severa de su voz durante las oraciones. También la expresión “recibe” y los soplidos que según indica Wynarczyk fueron incorporadas en el contexto argentino por el pastor Claudio Freidzon –pastor de la mega-iglesia *Rey de Reyes*- similares a los del norteamericano Benny Hinn, en tanto “actos corporales de envío de la unción” (2009: 123).

La perspectiva enunciativa del programa que organiza las interacciones con los destinatarios se establece mediante las oraciones relacionadas con el énfasis puesto en la “sanidad” y la “prosperidad”. Se trata de dos temas centrales en los discursos evangélicos pentecostales, que a partir de la noción del “derramamiento del Espíritu Santo” toman forma en el contexto de los discursos vinculados a la “Guerra Espiritual” y la “Teología de la Prosperidad”. Respecto de la primera Wynarczyk (1995) diferencia entre guerra espiritual “estratégica” y “guerra espiritual “al ras del suelo”, contra espíritus de opresión individual” y sobre esta última sostiene que:

(...) La guerra espiritual tiene en la creencia en el mal y la posesión, un sustrato de presupuestos empíricos en común con las lógicas de la religiosidad de sectores populares, que la conecta eficazmente y le da una fuerte base de inserción (en un segmento del mercado de bienes simbólicos) a través de procesos de resignificación bíblica del sentido y el valor del conflicto, se éste económico, emocional o de salud (1995: 154-155).

Se trata de dos marcos interpretativos (Wynarczyk 2009) y que remiten a las características *cosmológicas* de la religiosidad popular tal como las considera P. Semán (2006). Según el autor esta visión “está más acá de las distinciones entre lo trascendente y lo inmanente, entre lo natural y lo sobrenatural, y supone que lo sagrado es un nivel más de la realidad” (2006: 46). Entre las dos manifestaciones claves que muestran la diferencia de visiones de lo sagrado en la experiencia moderna y en la cosmológica popular, que menciona el autor nos interesa “el valor diferencial con que se presenta la categoría de milagro”:

Para la experiencia moderna, el término “milagro” es sinónimo de excepcional e inexplicable. (...) En la experiencia popular, el “milagro” nunca ha dejado de estar al orden del día, ya que la definición de la totalidad que encuadra la experiencia siempre incluye, y en un nivel sobredeterminante, lo espiritual y lo divino que integran un continuum y no un sistema de compartimentos estancos (2006: 46-47).

Desde el mismo nombre del programa *La Hora del Milagro* nos ubica en esta concepción cosmológica en la que los milagros son cotidianos y al mismo tiempo remiten a los discursos evangélicos de la guerra espiritual y la teología de la prosperidad.

Estas oraciones, en las que a partir de la “expulsión de espíritus” y “milagros” tiene lugar la “sanidad”, tienen lugar expresiones y concepciones heterogéneas de vertientes e iglesias evangélicas. Pastores de otras iglesias pentecostales de la ciudad se refieren a “guerra espiritual moderada” por ejemplo. En cuanto a su realización en el espacio mediático también encontramos otros significados de la palabra “sanar”, por ejemplo en el contexto de capacitaciones que recuperan para los medios evangélicos el modelo del medio de comunicación como servicio social: “sanar también significa establecer contacto (con la audiencia), que sus vidas sean mejor que antes”.

En el programa se hace referencia a las prácticas de los brujos y curanderos enraizados en la ciudad, a los que la iglesia se opone²⁹. Este

²⁹ Esa oposición significa al mismo tiempo una atribución de eficacia, tal como ocurre en el caso de la Iglesia Universal del Reino de Dios que se opone en Brasil a la religión

programa se emite en los mismos horarios que aquellos que conducen videntes, parapsicólogos y chamanes en otras emisoras³⁰. Comparten con éstos no solo el horario radial de la siesta sino también un modo semejante de dirigirse a la audiencia. Esto se evidencia en las confusiones que se generan en el contexto del propio programa³¹ cuando los pastores deben aclarar que el mismo no es de curanderos o parapsicólogos. Veamos uno de esos casos:

La hora del milagro: 09/08/11

(...)

Pastor: Gloria a Dios. La verdad el milagro aconteció en este varón. Amén. Estoy firmemente perturbado. *Nosotros no somos parapsicólogos, no somos curanderos, no somos espiritistas, no somos nada, nosotros no trabajamos con fechas de nacimiento, nosotros no trabajamos con números de documento, no trabajamos con esas cosas. Trabajamos bajo la unción de Dios, trabajamos bajo la gracia de Dios, soy un siervo y una sier... gloria a Dios ungida por el Espíritu Santo.* Así que ya sabe querida amable audiencia, usted necesita, el diablo perturba su mente, pero Dios liberta. ¿Amén? Esta tarde no se pierda la bendición de Dios. Acérquese a la iglesia.

(...) (Cursivas nuestras)

Los pastores se diferencian de los parapsicólogos, curanderos y espiritistas, al mismo tiempo que debieron diferenciarse de otros

umbanda y en su adaptación argentina encuentra su equivalente en las prácticas de hechicería y brujería (Semán 1998).

³⁰ En un contexto de marcada adscripción católica, datos de la encuesta sobre creencias y actitudes religiosas en la Argentina referidos a prácticas religiosas, espirituales y/o terapéuticas dan cuenta de la heterogeneidad del espacio religioso. En relación con la frecuencia de consulta al cura o al pastor el 47,1% de los encuestados del NOA manifiesta hacerlo “Muy esporádicamente”, el 37 % entre “Diariamente” y “Una vez por mes”, mientras el 15,3 % indicó “Nunca”. También en el NOA el 35,3% consultó al curandero en el último año, y al psicólogo un 15,1 % de los casos. La media en el nivel país declara un 38,5% de consultas esporádicas al cura o al pastor, un 26.1 % de consultas entre diarias y mensuales y un 34,9% sostiene no consultar nunca. En el nivel país el 31,5 % manifiesta haber consultado al curandero y un 21,7 % al psicólogo en el último año.

³¹ Las registramos en dos de los cinco programas grabados.

formatos radiofónicos en los que la participación de la audiencia es la clave de los programas, en los que los pastores ven “al diablo”.

Esta necesidad de los enunciadores de diferenciarse de otras ofertas radiales que informa sobre cierta cercanía en el modo de interpelar al público, proviene de las significaciones en juego en el contexto de los discursos pentecostales. Expresa las proximidades y diferenciaciones que atraviesan la religiosidad popular y que se manifiestan en este caso en este tipo de radiofonía. Para profundizar sobre las facetas en que la mediación radiofónica se articula con la religiosidad pentecostal, mencionaremos aspectos tecnológicos que hacen al soporte sonoro en el que se desarrollan las interacciones con el público y que adquieren en este caso una relevancia que interesa remarcar.

3. LA VOZ, EL SONIDO Y LA MEDIACIÓN RADIOFÓNICA. ASPECTOS TECNOLÓGICOS

Las oraciones se realizan en el contexto radiofónico, es decir mediático y sostenidas exclusivamente por la voz de los interlocutores. La palabra y la voz en tanto soporte involucran una dimensión táctil y corporal que es subrayada por Parret (1995: 58). El autor se refiere al contacto mediante el soporte de la voz y a los sentidos que ella carga y comunica:

(...) debido a su espacio de despliegue, la voz también es un intercuerpo que *toca* al oído. En consecuencia, la estética de la voz está en la sensualidad de la *escucha*, en la sensibilidad del oído –está en el tacto del oído-. La significancia de la voz precede, trasciende el sentido de las palabras proferidas, de todo lo *musical* en la voz, su tonalidad, su color y su timbre, el espasmo rítmico (1995: 17).

En nuestro caso, la radio y el teléfono instalan mediaciones técnicas específicas en la relación de los pastores con su audiencia y si bien en la radio su interacción se sostiene sólo con la voz, una vez más siguiendo a Parret, también la situación de escucha telefónica los reúne en un escenario comunicativo “óptimo”:

El teléfono reúne a ambos interlocutores en una intersubjetividad ideal, pura, porque este instrumento anula todos los sentidos salvo el oído.

Además, el sonido puro, del otro lado de la línea, es una voz a la cual se aúna todo un cuerpo: mi oído y la voz del otro extremo, el oído del otro extremo y mi voz. La inter-escucha telefónica crea una transferencia de significancias. Oír por el oído la voz de un cuerpo invisible es instaurar dos sujetos cuya intercorporeidad escapa, por esencia, a la visibilidad. Se trata efectivamente de una puesta en comunicación de dos cuerpos invisibles: lo que el oído escucha es el tono de la voz, nos dice Barthes “esa materialidad del cuerpo que surge de la garganta”; es el cuerpo el que sólo es por la voz, es cuerpo audible (1995: 83).

En la radio la interlocución telefónica guarda muchas de estas cualidades, al tiempo que los diálogos por teléfono son emitidos al público, al oído de los oyentes del programa. La eficacia de la interpelación de los pastores es aquí sostenida principalmente por su voz y el vigor de sus oraciones trabaja y elabora radiofónicamente esta cualidad táctil, este contacto con la audiencia.

La hora del milagro: 12/08/11

Pastor Daniel: En esta hora querida amable audiencia yo quiero hacer una oración contigo para dar aleluya inicio y habilitar los llamados telefónicos. Señor Dios todo poderoso en esta hora *con las manos levantadas Señor*, en señal de victoria en señal de triunfo mi Dios en esta hora día viernes Señor, día de liberación total mi Dios, cuántas vidas están Señor necesitando, cuántas vidas angustiadas, cuántas vidas enfermas, cuántas vidas debilitadas Señor. En esta hora *a través de estas ondas radiales yo imparto* la liberación, yo imparto la sanidad, yo imparto la bendición, aleluya. Gloria, gloria, gloria, gloria. Fueeego de Dios quemando todo mal, fueeego de Dios quemando todo dardo. En el nombre de Jesús ahora, *recibe querida audiencia*. Recibe, recibe, recibe, recibe sanidad, recibe liberación, toda atadura, todo espíritu satánico es quemado, es caído por tierra ahora. En el nombre de Jesús *declaro la audiencia libre, en paz para seguir escuchando el programa de radio*. Amén y amén.

Sube canción: “Dios siempre tiene el control”.

Se establece de este modo en su discurso un vínculo con la audiencia sostenido por las ondas radiales, existen referencias también a las “líneas telefónicas”, que recuperan la densidad del soporte mediático, presente en cualquier emisión radiofónica pero remarcado en su espesor y en la posibilidad de este contacto.

Encontramos en nuestro caso además que esta corporeidad y su densidad táctil son enfatizadas a partir de la implicación de la audiencia con el programa a partir de dos prácticas que involucran el cuerpo de los oyentes con la audición radiofónica. Veamos el primero de ellos:

La hora del milagro: 08/08/11

Pastora: Así también llamó Mirta pidiendo oración por su hermana que está en Roque Sáenz Peña, dice. Bueno Mirta yo te digo en el nombre de Jesús, *para Dios no hay distancias*, Dios va a sanar a tu hermana en el nombre de Jesús. *Si tú estás escuchando, si tú estas ahí, poné tu manito sobre el receptor, yo voy a estar orando por tu hermana fuertemente*, yo sé que el milagro va a hacer Dios, para él no hay imposibles, todo es posible para Dios. Padre amado yo te pido Señor por la hermana de Mirta, Señor, Ponce, en el nombre de Jesucristo de Nazaret, Padre amado, llame como se llame la enfermedad, arranco en esta ma... en esta tarde mi Dios amado, en el nombre de Jesucristo de Nazaret. Todo mal va a salir de esta mujer ¡ahora! En el nombre de Jesús ahora, suelta diablo (...) suelta a esta mujer en el nombre de Jesús, el mal es quemado, las cadenas son rotas ahora. El milagro sucede mi Dios amado. En el nombre de Jesús, yo creo en tu palabra Padre, que la hermana de Mirta es sana, mi Dios amado, en el nombre de Jesús.

Sube canción: “Espíritu Santo ven a este lugar”.

Al colocar la palma de la mano sobre el receptor de radio, lo que el oyente recibe es una vibración táctil, es decir que se trata de un contacto además de auditivo, propiamente táctil; que responde a las modulaciones y volúmenes de intensidad de la voz de la pastora. Obviamente cuando se coloca la mano sobre un parlante en cualquier situación se puede experimentar la misma sensación, lo particular de este caso es que los pastores reelaboran esta experiencia táctil y la cargan de significado en el contexto del toque del Espíritu Santo, se trata entonces de una experiencia que es mediática pero plenamente corporal. En el contexto de las comunicaciones evangélicas no constituye una modalidad nueva, pero sí de inflexiones particulares. La bibliografía sobre evangélicos registra estas prácticas para el caso televisivo. H. Assman se refiere a varios de los “tele-evangelistas” más famosos y menciona entre ellos a Oral Roberts, considerado uno de los pioneros en el uso de la radio y la televisión, conocido en la década de 1950 en Estados Unidos como

“sanador” (1987: 29-32). Cuando Assman se refiere a su influencia en América Latina considera que hay muchos imitadores de su estilo especialmente en las “prácticas de sanidad divina” y particularmente menciona que “es muy imitado el gesto de la mano sanadora a ser tocada en la pantalla de la TV” (1987: 32). El autor luego analiza las características de las comunicaciones religiosas por medio de la televisión y sostiene que:

(...) la religión vía TV es, casi inevitablemente, un refuerzo religioso de una fetichización que ya funciona. Es la simulación de la trascendencia táctil. El mejor ejemplo de ello: tocar la mano del predicador en la pantalla³² (1987: 138).

En esta línea de análisis el autor también se refiere a algunos de los programas religiosos en radio:

También ellos distan mucho de la lengua reflexiva y recurren con frecuencia al “lenguaje imagético”. 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 oyentes es interpelada directamente. Para dejar claro lo que queremos decir, vaya un ejemplo: de oyentes fanáticos de ciertos predicadores se pueden recoger comentarios como estos: “El me hace sentir tan cerca de él”; “me parecía que estaba viendo a aquella mujer que daba testimonio de su cura” (1987: 139-140).

Más allá del tono crítico de las referencias, queda clara la presencia de esta dimensión táctil y corporal de las comunicaciones, que nos interesa remarcar para nuestro análisis.

Otro modo en el que se involucra al cuerpo del oyente es pidiéndole que coloque su mano “en el dolor”, es decir en el pié, en el pecho, etcétera, de la persona por la que pide oración, es decir que el oyente coloca la

³² El autor que se pregunta por las posibilidades de introducir usos críticos del medio se refiere a otro ejemplo en el contexto de las comunicaciones católicas: “(...) el Vaticano, recientemente hizo saber que bendición e “indulgencia” transmitidas “al vivo” son válidas, pero que no tienen el mismo valor cuando son retransmitidas en un *videotape*, cualquier profesor de Teoría de la Comunicación lo habrá sentido como chistoso. ¿Hay una realidad viva en la transmisión en vivo? ¿O es la TV siempre una “realidad” transpuesta a la imagen?” (1987: 138).

mano sobre su propio pecho o bien coloca la mano en el pie de su familiar. La configuración del discurso evangélico pentecostal mediático que aquí analizamos se remite al espacio de los cultos en el que estas prácticas tienen lugar pero mediante la interacción presencial; no obstante esto los pastores y los oyentes utilizan el espacio radiofónico otorgando una densidad a los dispositivos radiofónicos, que al mismo tiempo que enfatiza el contacto corporal, trabaja sobre la experiencia y el fenómeno de que esto ocurra en grandes distancias.

En este sentido resulta pertinente problematizar el concepto de *reencantamiento massmediático* formulado por Martín-Barbero, que retoma la noción de *iglesia electrónica*, para referirse a las iglesias que utilizan tecnologías de imagen y sonido, no sólo mediáticas sino también en los cultos y que estarían “devolviendo la magia a las religiones que se habían intelectualizado, que se habían enfriado, que se habían desencantado” (1995: 76). Martín-Barbero se refiere a las vinculaciones entre iglesias – principalmente pentecostales- y medios de comunicación, a partir de las relaciones entre modernidad, religiosidad y medios en América latina. La idea de reencantamiento supone un desencantamiento previo, y que los medios de comunicación vendrían a reponer lo mágico y encantado, lo cual remite a la extensa discusión acerca de las condiciones históricas en las que la noción de modernidad y secularización pueden plantearse en Latinoamérica. En nuestro caso parece más bien remitir a una matriz cultural en la que la religiosidad traslada su visión cosmológica al medio de comunicación y le otorga una densidad no recuperada por otros discursos que utilizan los mismos medios y las mismas tecnologías. Igualmente, la noción de *iglesia electrónica* que Martín-Barbero toma de Assman para referirse a aquellas que utilizan a la radio y la TV como “una mediación fundamental de la experiencia religiosa” (1995: 76), no parece aplicable a nuestro caso pues si bien la radio constituye una mediación de la experiencia religiosa, ésta se retroalimenta y reenvía hacia la experiencia religiosa que tiene lugar en la celebración de los cultos en la iglesia. No obstante, lo fundamental del concepto -ya sea encantamiento o reencantamiento- resulta del sentido que adquieren los usos de los dispositivos mediáticos. Respecto de la mediación tecnológica agrega: “para la mayoría de la gente la experiencia de la

desaparición de la distancia, la experiencia de la supresión del tiempo, es un fenómeno de punta a punta misterioso, mágico, excitante, reencantador” (1995: 77).

Tal como mencionamos antes la visión cosmológica opera en la mediación radiofónica y construye su eficacia mediante los dispositivos tecnológicos. La religiosidad popular se apropia de una serie de lenguajes mediáticos y tecnologías para constituir en ese espacio una experiencia religiosa, que densifica el soporte sonoro, atraviesa espacios, acorta distancias y pone en contacto a los pastores y los oyentes.

CONCLUSIONES

Nos ha interesado en este trabajo indagar en los usos religiosos de los medios de comunicación y las heterogéneas incidencias de la religiosidad en ellos. Así nos concentramos en un programa y su organización a partir de oraciones radiales que nos ubica en el cruce entre radiofonía - con sus características discursivas y técnicas-, cultura y religiosidad popular, particularmente pentecostal.

A partir de la centralidad de los llamados y mensajes de los oyentes se trata de un tipo de programa radial que funciona en el contexto de la comunicación popular y la religiosidad pentecostal que ha conformado un formato, sustentándose en una dinámica consolidada en la radio como es la de los llamados telefónicos y mensajes de los oyentes, anudados en este caso con las oraciones radiales.

El conjunto de las oraciones que registramos en el programa, así sean por “sanidad” o “prosperidad”, trabajan sobre la ocurrencia de “milagros” y, en ese sentido, su gestión cotidiana remite a la visión cosmológica de la religiosidad popular y también a las rutinas radiofónicas vinculadas. Su eficacia en el universo simbólico que las hace posibles se sustenta, en el caso radiofónico analizado, en la *performance* verbal y vocal de los pastores, que no disponen en la radio de otros recursos como los que tienen en el espacio del templo –de más está mencionar que en los templos y las campañas públicas la *performance* verbal y vocal es también un elemento fundamental-. Las palabras y el

modo en que son dichas, y a quién son dirigidas, son los elementos esenciales. La comunicación telefónica que involucra una interacción radial tiene lugar entre el pastor y el oyente, con un estilo que remite a la tradición pentecostal forjada a partir de sus más famosos evangelistas mediáticos.

La expresión *cosmológica* de la religiosidad popular evidenciada en la categoría de *milagro*, tal como la refiere Semán (2006) encuentra en las prácticas de “sanidad” un lugar de efectuación y en los llamados a la radio un espacio para su expresión mediática. Las ondas radiales y las líneas telefónicas en tanto recursos fundamentales del medio, son en este caso resignificadas por un uso que reposiciona sus condiciones táctiles y corporales en el contacto con la audiencia. La dimensión técnica del medio es pulsada por la voz y la palabra y densificada por los discursos para conformar un formato de programa atravesado por la religiosidad pentecostal.

FUENTES

Emisión radial “La hora del milagro” 8 de agosto 2011.

Emisión radial “La hora del milagro” 9 de agosto 2011.

Emisión radial “La hora del milagro” 12 de agosto 2011.

Página web iglesia Jesús es mi salvador, consultada 15 de noviembre 2015. URL: <http://iglesiajesusmisalvador.es.tl>

SInCA (2013) *Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Informe preliminar*. Consultada el 10 de octubre de 2015. URL: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/publicaciones/libros/EECC.pdf>.

BIBLIOGRAFÍA

Algranti, J. (2011). La religión como cultura material: socio-génesis de los circuitos editoriales en el mundo católico y evangélico. *Horizontes Antropológicos*, 17 (36), 67-93.

- URL: www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832011000200004&script=sci_arttext&tlng=pt
- _____ (2013). La tarea del seleccionador. Economía política de las mercancías religiosas. *Revista Argentina de Sociología*, 9-10 (17-18), 63-85. URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26938133005>
- _____ (2014). Industrias del creer. Orientaciones productivas del complejo editorial cristiano en Argentina. *Desacatos*, 46, 108-123. URL: <http://desacatos.ciesas.edu.mx/index.php/Desacatos/article/view/1359/1170>
- Assman, H. (1987). *La iglesia electrónica y su impacto en América Latina*. San José: Editorial Departamento Ecuménico de Investigaciones.
- Carvalho Castro, A., Gonçalves Dusilek S. & Fernandes Silva, C. (2016). Identidade social, mídia televisiva e construção histórico-cultural da memória coletiva: o caso de um movimento sociorreligioso no Brasil. *Religião e Sociedade*, 36 (1), 74-102. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rs/v36n1/0100-8587-rs-36-1-00074.pdf>
- De la Torre, R. (2006). Circuitos mass mediáticos de la oferta neoesotérica: new age y neomagia popular en Guadalajara. *Alteridades*, 16 (32), 29-41. URL: http://www.uam-antropologia.net/pdfs/ceida/alte_32_4.pdf
- Fernández, J. L. (2008). Introducción. La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva (9-73). En Fernández J.L. (Dir.), *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía.
- Garma Navarro, C. (2000). Del himnario a la industria de la alabanza. Un estudio sobre la transformación de la música religiosa. *Ciencias Sociales y Religión*, 2 (2), 63-85.
- URL: <http://seer.ufrgs.br/CienciasSociaisReligiao/article/view/2161/849>
- Gogin Sias, G & Pérez Vela R. (1997). *Mediaciones comunicacionales en el rito y la cultura religiosa. El caso de la Iglesia Dios es Amor en Perú*. Lima: CICOSUL.
- Gouveia, E. H. (1999). Comunidades eletrônicas de consolo. *Ciencias Sociales y Religión*, 1 (1), 115-129.
- Grignon C. & Passeron J.C. (1991 [1989]). *Lo culto y lo popular*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Jungblut, L. A. (2010). O uso religioso da Internet no Brasil. *PLURA Revista de Estudos de Religião*, 1 (1), 202-212.
- Recuperado de <http://www.abhr.org.br/plura/ojs/index.php/plura>

- Mallimaci, F. (2008). *Primera encuesta sobre creencias y actitudes religiosas en Argentina* (UBA, UNSE, UNR, UNCu, ANPCyT, CONICET). URL: <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2013/02/encuesta1.pdf>
- Martín Barbero, J (1997 [1987]). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: G. Gili.
- _____ (1995) Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. *Diálogos de la Comunicación*, 41, 71-81.
- Masferrer Kan, E. (2008). Las religiones en los medios o las iglesias y los medios. *Versión*, 21, 197-214.
- URL: http://version.xoc.uam.mx/MostrarPDF.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=5609&archivo=7-372-5609sqv.pdf&titulo=Las%20religiones%20en%20los%20medios%20o%20las%20iglesias%20y%20los%20medios
- Mata, M.C. & Scarafia S. (1993). *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: Aler.
- Orecchioni, K. (1986). *La Enunciación*. Buenos Aires: Hachette.
- Parret, H. (1995). *De la Semiótica a la Estética. Enunciación, sensación, pasiones*. Buenos Aires: Edicial.
- Renold, J.M. (2011). *Antropología del Pentecostalismo Televisivo*. Buenos Aires: Biblos.
- Reyna Ruiz, M. (2008). Resonancias de la fe. Los programas religiosos en la radio mexicana. *Versión*, 21, 53-82.
- URL: http://version.xoc.uam.mx/MostrarPDF.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=5602&archivo=7-372-5602hcg.pdf&titulo=Resonancias%20de%20fe:%20Los%20programas%20religiosos%20en%20la%20radio%20mexicana
- Semán, P. (1998). La Iglesia Universal del Reino de Dios en Buenos Aires y la recreación del diablo a través del realinamiento de marcos interpretativos. *Sociedad y Religión*, 16/17, 163-180.
- _____ (2003). El pentecostalismo y la religiosidad de los sectores populares (155-180). En M. Svampa (coord), *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*. Buenos Aires: Biblos.
- _____ (2006). *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Buenos Aires: Gorla.

- _____ & Gallo, G. (2008). Rescate y sus consecuencias. Cultura y religión: sólo en singular. *Ciencias Sociales y Religión*, 10 (10), 73-94.
URL: <http://seer.ufrgs.br/CienciasSociaiseReligiao/article/view/6914/4192>
- _____ & Battaglia A. (2012). De la industria cultural a la religión: nuevas formas y caminos para el sacerdocio. *Civitas*, 12 (3), 439-452. Recuperado de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/viewFile/13009/8672>
- _____ & Rizo, V. (2013). Tramando religión y best sellers. La literatura masiva y la transformación de las prácticas religiosas. *Alteridades*, 23 (45), 79-92. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74728322010>
- Sierra Gutiérrez, L.I. (2008). La Tele-Fe: Religión mediatizada. *Diálogos de la Comunicación*, 77, 1-17.
URL: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694427>
- Sigal, S. & Verón, E. (1986) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Legasa.
- Wynarczyk, H. (1989). *Tres evangelistas carismáticos: Omar Cabrera, Annacondia, Hector Anibal Giménez*. (Informe de investigación, datos actualizados en 1992). Buenos Aires: FIET, Prensa Ecueménica, documento policopiado.
- _____ (1995). La guerra espiritual en el campo evangélico. *Revista Sociedad y Religión*, 13, 144-159.
- _____ (2009). *Ciudadanos de dos mundos. El movimiento evangélico en la vida pública argentina 1980-2001*. San Martín: UNSAM EDITA.