P

RODUCCIÓN MEDIÁTICA Y RELIGIOSIDAD. DINÁMICAS TRANSNACIONALES DE LAS COMUNICACIONES EVANGÉLICAS ¹

Gloria Miguel

Universidade Nacional de Santiago do Estero
Santiago do Estero – Argentina

Introducción

La intensificación y consolidación de la circulación internacional de bienes simbólicos a través de los medios de comunicación ha generado numerosos interrogantes y debates sobre los modos de interpretar y analizar los procesos comunicacionales en las tramas culturales contemporáneas atendiendo a estas condiciones de realización. Este artículo se refiere a la conformación de una cadena internacional de radiofonía evangélica con sede en Miami, dirigida a oyentes de habla hispana y que integran estaciones evangélicas afiliadas que retransmiten su señal en distintas ciudades de América Latina. Las características de esta red de radios evangélicas y su programación nos permiten indagar problemáticas referidas a la *globalización/ transnacionalización/ localización* cultural en el ámbito de la religiosidad y los medios de comunicación.

La transnacionalización contemporánea del pentecostalismo, abordada por estudios en América Latina y el Cono Sur, señala su afianzamiento a través de los medios de comunicación. El caso de esta red de emisoras nos permite profundizar en las facetas mediáticas de la circulación transnacional evangélica. Analizamos este fenómeno a partir de dos cuestiones articuladas que recorren el trabajo, por un lado la pregunta por la religiosidad en la conformación de circuitos mediáticos transnacionales y por otro lado la pregunta por los medios en la conformación de circuitos

evangélicos transnacionales. Desde el ángulo de la emisora con capacidad de difusión en Latinoamérica puede visualizarse la cristalización de una red mediática internacional y desde el ángulo de una radio afiliada local que retransmite la programación puede verse su inserción en el ámbito cultural evangélico transnacional. Las conexiones entre medios más allá de las fronteras nacionales finalmente nos refieren a la configuración territorial que organiza esta red de radiofonía.

En el marco de esta problemática, profundizamos en las articulaciones espaciales internacionales, las mediaciones culturales y las interrelaciones entre iglesias, medios de comunicación, comunicadores y públicos evangélicos que se configuran en el contexto de la producción cultural evangélica internacional.

1 – Medios masivos, religiosidad y globalización/transnacionalización

Los debates sobre los conceptos de *globalización* y *transnacionalización* y sus implicaciones en los modos de interpretar los fenómenos culturales contemporáneos, así como sus significaciones económicas y políticas, configuran un espacio tensionado por distintas perspectivas disciplinares y epistemológicas. Paralelamente se genera un conjunto de nociones que focalizan dimensiones espaciales y temporales según las configuraciones de las manifestaciones analizadas. En el ámbito de los estudios sobre cultura y religión, A. Oro señala la existencia de divergencias en las interpretaciones de los conceptos de *globalización*/ *mundialización* y *transnacionalización*, al tiempo que indica la especificidad de este último al referir a la incidencia de las estructuras nacionales en el conjunto de estos procesos (2009:226-227). La noción de *red social* ha sido utilizada para referirse a las redes religiosas transnacionales, particularmente A. Oro analiza las pentecostales y afro-religiosas en el Cono Sur, e indica el papel potenciador que tienen las tecnologías comunicacionales en este sentido. En su análisis cobran importancia los *nodos* que conforman las redes transnacionales: “Os ‘nós’ figuram nos diferentes locais e momentos em que os fluxos ocorrem; eles acionam constantemente as mídias e são detentores das ‘chaves’ das diversas etapas em que os processos transnacionais ocorrem” (2009:229). Para referirse a las redes transnacionales pentecostales el autor señala las que se asientan en instituciones como las iglesias, configurando tipos cerrados o abiertos, y aquellas que se asientan en actores como los pastores o evangelistas, que trabajan según una lógica “pos-denominacional” que “procura superar as amarras atreladas às igrejas e denominações individuais” (2009:232-233). Por su parte, D. Alves presenta una contribución para la reflexión teórico metodológica sobre el concepto de redes (2012) a partir de su estudio de la conformación de redes personales de influencia y contacto entre líderes pentecostales, y sus relaciones transnacionales entre Buenos aires, Porto Alegre y Montevideo (2009:184).

En el marco de los debates sobre las nociones más pertinentes para referirse a los procesos globales, R. de la Torre propone “superar las limitaciones propias del concepto de globalización, apropiándonos del concepto de *glocalización*” (García Canclini 1995

y Robertson 2000)” (2009:15) y señala tres momentos de este proceso: *la deslocalización (y/o desterritorialización) de las culturas, la translocalización o transterritorialización de lo local y la relocalización (o reterritorialización) de lo global* (idem:15-16, cursivas del original). Respecto de los ámbitos locales en que estos procesos de *glocalización* son estudiados, a partir de la conformación de nuevas configuraciones religiosas la autora se refiere – entre otros fenómenos – a la “transnacionalización de las iglesias evangélicas y su relocalización” (2009:16-18).

Entre estas discusiones sobre articulaciones e interrelaciones culturales y religiosas en el marco de las circulaciones transnacionales y las apropiaciones locales el concepto de *formaciones nacionales de alteridad* (Segato 2007) refiere a la densidad y heterogeneidad de contextos en que estos procesos culturales tienen lugar. La autora señala dos fronteras relevantes en este proceso, que dan cuenta de

[...] la intersección de dos estructuras: una de circulación global de bienes y grupos humanos a través de los canales de un circuito establecido de poder y prestigio definido por la diferencial de modernidad de las naciones; y la otra marcada por la configuración local de alteridad, que opera como matriz receptora de esos bienes y grupos que ingresan al horizonte de la Nación (2007:186).

Respecto de la transnacionalización religiosa, Segato plantea la pertinencia de considerar cómo operan estas estructuras en las articulaciones que tienen lugar en distintos contextos:

Estos credos viajan también por los mismos circuitos de prestigio y cargo, y, si, por un lado, es posible hablar de “paisajes religiosos” que atraviesan las fronteras nacionales, no puede ser olvidada la marca o contaminación por otros contenidos que opciones religiosas “importadas” de más allá de la gran frontera traen consigo, así como también no pueden ser ignorados estos atributos en el proceso de apropiación de estos bienes por parte de las colectividades religiosas locales (2007:182).

El uso de los medios de comunicación en el marco de estas dinámicas transnacionales de la religiosidad ha sido señalado especialmente para el caso de las iglesias y los líderes pentecostales. Para Oro la comunicación transnacional ocupa un lugar importante en estos procesos a partir del uso de los medios de comunicación e Internet:

Portanto, sobretudo a Internet, sem desconsiderar os outros recursos tecnológicos da atualidade, como o telefone, se afirma como um útil e eficiente instrumento de divulgação das mensagens religiosas e de comunicação entre os membros das redes religiosas transnacionais de ambas

es expressões religiosas, de forma semelhante ao que ocorre em outros campos do cotidiano, como o acadêmico-científico, o econômico, o político etc (2009:241).

Entre las expresiones contemporáneas señaladas por R. de La Torre para el estudio de la *glocalización* religiosa se encuentra la “*Mass-mediación* de las religiones” (2009:21-22). A partir del uso religioso de las redes tecnológicas, la autora se pregunta por las concepciones de comunidades y grupos religiosos, las definiciones de los grupos locales ante las redes y sus intercambios, así como el tipo de interacciones que se generan, entre otros aspectos.

En nuestro caso, el estudio sobre una red de radiodifusión evangélica nos permite aportar a la comprensión de estos fenómenos de comunicación mediática religiosa transnacional. Para ello es necesario reconocer los soportes que posibilitan la estructuración de la red, y las prácticas que promueven la participación de comunicadores y audiencias, de múltiples localizaciones, en la producción de contenidos. Se reinscriben en estas discusiones sobre las vinculaciones entre *global* y *local* las problemáticas que atraviesan a los estudios de comunicación sobre los presupuestos involucrados en los modos de concebir las relaciones entre productores y consumidores. Los actores con capacidad de proyección transnacional son generalmente considerados predominantemente productores y los actores circunscriptos localmente son considerados como consumidores. Siguiendo la perspectiva teórica atenta a las mediaciones² culturales (Martín Barbero 1997), centramos la atención en las articulaciones que constituyen los circuitos, en los que medios en diferentes condiciones socioculturales construyen procesos de comunicación transnacionales. De modo que el eje producción-consumo se complejiza a partir de la participación de múltiples puntos en la conformación de una red mediática con distintas instancias de circulación e interpelación de audiencias transnacionales y que intervienen en la configuración de un espacio cultural evangélico.

2 – Vía satélite. Producción radiofónica en el contexto latinoamericano. Circulación internacional

Los medios masivos de comunicación son considerados piezas claves en la circulación transnacional de la producción simbólica y particularmente para el caso de la religiosidad pentecostal las competencias mediáticas han sido ampliamente señaladas como fundamentales en sus procesos comunicativos (Algranti 2011, 2010, e/p; Alves 2009; De la Torre 2009; Frigerio 1994; Gogin y Pérez 1997; Mansilla 2009; Miguel 2013, e/p; Oro 2009; Semán 2006; Wynarczyk 2009, 1989). En este sentido, el caso de la red de radiofonía evangélica que analizamos nos permite reconocer la condición mediática de la red y su vinculación con otras instituciones y redes evangélicas, su especificidad en relación a otros actores mediáticos de injerencia global y finalmente

el marco de producción que posibilita la interpelación marcada por la religiosidad hacia una audiencia transnacional latinoamericana.

El primer aspecto a señalar es que la red evangélica que analizamos es mediática y está sustentada en emisoras radiofónicas AM, FM y emisoras de radio por Internet. Con su centro de producción en Miami³ configura una red de afiliadas en español que se extiende principalmente por Latinoamérica⁴, también en Estados Unidos y un pequeño grupo en Europa: Cuenta con aproximadamente 400 radios afiliadas en 25 países, 200 en Argentina y 1 en la ciudad de Santiago del Estero⁵ (2 en total en la provincia⁶). El grupo de inserción norteamericana suma 27 afiliadas y un conjunto menor se ubica en países como Alemania, España, Suecia y Portugal. Esta configuración internacional de la difusión de la señal evangélica está sustentada en la tecnología satelital y se organiza, de este modo, una red estructurada de circulación y distribución de la programación. Es decir que se trata de una vinculación regular y estable que le permite expandir su señal, y al tiempo generar relaciones transnacionales entre medios de comunicación evangélicos. No se asienta en las iglesias, líderes o los pastores y, aunque las radios cristianas tienen vinculaciones con ellos, organizan una red o cadena propiamente mediática. En referencia a la problemática de las relaciones entre las iglesias (en el sentido tradicional del término) y las instituciones religiosas mediáticas, resultan pertinentes las precisiones marcadas por S. Hoover (1988) en el contexto norteamericano en su análisis de las denominadas *iglesias electrónicas*. Hoover propone denominar a estas organizaciones mediáticas como *para-eclesialidad* (*parachurch*⁷) y transdenominacional:

El tipo de comunidad creado por la organización CBN (Christian Broadcasting Network) no es realmente una “iglesia”, ni siquiera una vicaria. Más bien esto se relaciona con una realidad más amplia, que podríamos llamar *para-eclesialidad*: una extensa red de organizaciones, ministerios, misiones, renacimientos (revivals), medios (broadcast), empresas de grabación, editores (publishers) y clubes, que rodean las denominaciones más formales y las congregaciones del protestantismo norteamericano (1988:87).

Respecto de las relaciones entre la membresía que tradicionalmente integra las iglesias institucionalizadas y la conformación de las audiencias de la *para-eclesialidad* o iglesia electrónica, el autor sostiene:

El Club 700 no es en sí mismo una comunidad, ni siquiera una vicaria. Sus audiencias están ampliamente involucradas en “comunidades reales”, además de su visionado (viewing) religioso. Más allá de su participación en iglesias formales, están densamente integrados en un sistema institucional que conforma la *para-eclesialidad* transdenominacional (1988:232).

También en relación a los medios de comunicación D. Alves discute el presupuesto funcional o instrumental que los asocia con su uso proselitista por el pentecostalismo. Considera que debido a la preeminencia del “objeto científico ‘institución religiosa’ en el análisis”, se espera como resultado que la incidencia de los medios se encause en adhesión a una institución (2012:63-64).

En nuestro caso, los nodos de la red transnacional son emisoras por las que circula la señal radiofónica y conforman, más que un espacio complementario de comunicación entre miembros de una red, la propia red transnacional mediática. La producción y circulación cultural evangélica responde a una lógica pos-denominacional o transdenominacional, en el sentido indicado por los autores citados. Es decir que, como sustento de para-eclesialidad, ofrece un ámbito cultural más amplio, internacional y no circunscripto a las iglesias, congregaciones o denominaciones tradicionales.

En el marco de las comunicaciones cristianas coexisten actualmente heterogeneidad de formatos mediáticos que van desde las modalidades más marcadas por las versiones eclesiales como las predicaciones radiales o los estudios bíblicos por ejemplo, hasta aquellas que se articulan con los lenguajes mediáticos aproximándose a las comunicaciones “seculares”. La centralidad del mensaje bíblico aparece como uno de los elementos delimitadores de las comunicaciones consideradas “cristianas”. En nuestro caso, la emisora de radio organiza una grilla de programación diaria con variedad de formatos y contenidos en los que las expresiones clásicas del evangelismo se renuevan y extienden a partir del diálogo con los géneros mediáticos⁸. Con el formato de magazine o show radial se desarrollan los programas de mayor duración diaria y horarios centrales (matutinos/vespertinos), con secciones de humor, finanzas, cocina, salud, así como sexualidad y asesoramiento matrimonial, devocionales, de modo que las reflexiones y referencias bíblicas aparecen entrelazadas a temas cotidianos y de actualidad. La música cristiana⁹ atraviesa toda la programación, las entrevistas con artistas, cantantes y músicos a propósito de sus recitales y últimos lanzamientos musicales ocupan un lugar destacado. Incluso un ranking musical semanal permite el seguimiento de las últimas producciones musicales del mercado cristiano hispano. La programación noticiosa se desarrolla con flashes e informativos en los que se conjugan temas comunes a la agenda noticiosa internacional “secular” y segmentos de noticias cristianas. Tienen lugar también un programa diario dedicado a deportes, de modo que las informaciones sobre fútbol, béisbol, tenis, automovilismo, etcétera también tienen lugar en la emisora.

La conjugación de la radiofonía clásica con Internet y redes sociales permite en este caso el desarrollo de múltiples dinámicas de participación de la audiencia. El sitio web de la emisora posibilita la recepción a través de dispositivos como PC, tablets, y telefonía celular y conforma una multiplataforma en la que tiene lugar una concepción radial que al incorporar nuevas tecnologías digitales permite la realización de radio “visual”. Se trata de la transmisión on-line de imagen desde los estudios en algunos de los principales programas. Esta modalidad conserva como principal canal al sonido y

el video aparece complementariamente a partir de la imagen de los conductores y los invitados, videos de entrevistas a través de skype, fotografías y videos institucionales que se transmiten simultáneamente. Los principales programas tienen sus propios blogs y canales de chat, así como cuentas en Facebook y Twitter que pueden leerse en la plataforma. Estos contenidos se complementan con notas y artículos escritos producidos en la redacción de la radio.

Este conjunto de herramientas posibilita la participación de los oyentes que es alentada desde los programas a través de diferentes dinámicas como los concursos, temas del día sobre los que los oyentes pueden opinar, saludos, pedidos musicales etc.

En segundo lugar es necesario establecer algunas diferencias y precisiones respecto de las redes mediáticas transnacionales seculares que configuran el escenario de la industria cultural de masas global contemporánea. Para referirse a la circulación de los medios masivos de comunicación a escala internacional J. B. Thompson presenta¹⁰ una perspectiva de análisis articulada por *el eje de la difusión globalizada y de la apropiación localizada* para señalar que la importancia de este eje “se atestigua por el doble hecho de que la circulación de información y comunicación se ha convertido progresivamente en global, y que, al mismo tiempo, el proceso de apropiación permanece en un nivel contextual y hermenéutico” (1998:230-231). El autor se refiere al carácter “estructurado y desigual” de la comunicación global y profundiza en cuatro temas:

- (1) la emergencia de conglomerados de comunicación transnacionales como jugadores claves del sistema de comunicación y difusión global de información; (2) el impacto social de las nuevas tecnologías, especialmente aquellas asociadas a las comunicaciones vía satélite; (3) el flujo asimétrico de los productos basados en la información y la comunicación dentro del sistema global; y (4) las variaciones y desigualdades en términos de acceso a las redes globales de comunicación (1998:212).

Thompson se concentra en los conglomerados de comunicación, en este sentido la cadena evangélica no posee esas dimensiones industriales de producción. En cambio, sí intervienen decisivamente nuevas tecnologías satelitales en la conformación de la red de difusión, asimismo existe un flujo de productos predominantemente en un sentido, puesto que las emisoras locales son las receptoras de la señal y difícilmente su producción cultural circule internacionalmente de manera regular, aunque esto último no las ubique como receptoras “pasivas” como se verá en el desarrollo del trabajo. Paralelamente a la programación radial la emisora internacional propone a sus afiliadas latinoamericanas una serie de instancias de interacción como capacitaciones para comunicadores y promueve dinámicas de participación de oyentes a escala internacional como veremos más adelante.

Finalmente, el marco de producción que hace posible la articulación de una interpelación mediática transnacional en este caso se sustenta en la mediación con-

stitutiva de la religiosidad y en su proyección al mercado latino. La ubicación del centro de producción de la radio internacional en Miami resulta significativa cuando se consideran las condiciones que esa ciudad ofrece para la producción cultural latina de proyección internacional, tal como es descripta y analizada por G. Yúdice (2008). Para el autor, la inmigración proveniente de toda Latinoamérica, no solamente cubana, y los procesos que atraviesa Miami a partir de la década de los 90, ligados a la industria del entretenimiento, las comunicaciones y los nuevos medios entre otros elementos vinculados al dinamismo cultural de la ciudad, le permiten examinar a Miami como la “capital cultural de la América Latina” (2005:42). Se trata de una ciudad clave para la industria cultural contemporánea con proyección en el mercado de América Latina y los mercados latinos de los EUA (2005:45). Yúdice sostiene que:

la ‘latinidad’ está sufriendo una transformación en Miami; está menos arraigada a una identidad específica o de minoría. Tal vez eso se debe a que, de todas las ciudades de los EUA (en verdad, en todas las ciudades en las Américas), Miami es la única de la que puede surgir una identidad latina internacional generalizada (2008:49).

El autor señala el modo en que la industria cultural ha capitalizado la interculturalidad ligada a la inmigración latinoamericana: “el valor agregado por las culturas inmigrantes transnacionales, transculturales, a las industrias del entretenimiento en Miami es un excelente ejemplo de una nueva división internacional del trabajo cultural (NICL)” (2005:53).

De modo que en el caso de la radiofonía evangélica internacional, la ubicación estratégica en Miami le permite una proyección en la audiencia latina, tal como se evidencia en la red de emisoras y en su definición del público al que se dirige. La misión de la emisora internacional, explicitada en su página web es:

Producir una programación contemporánea y profesional, enfocada a las necesidades percibidas de oyentes de habla hispana juvenil/adulto, entre los 18 y 45 años, para presentar el mensaje de Jesucristo como respuesta a sus necesidades reales, enfatizando en los valores y principios morales de la sociedad¹¹.

La definición de su público como de habla hispana evidencia esta condición privilegiada de producción en un espacio, con unas competencias y unos recursos que le posibilitan modular una interpelación a una audiencia internacional latina. Con este horizonte de comunicación, la planificación y estructuración de las comunicaciones se evidencia en las definiciones que el medio de comunicación explicita sobre sí mismo y en la utilización de una serie de recursos vinculados a los medios profesionales, comerciales y el marketing, en cuanto perspectivas de producción mediática, en diálogo con

las perspectivas propias de la producción cultural evangélica. Es en este punto donde las articulaciones y mediaciones internacionales que organiza la emisora funcionan como una red de “negociación de diversidad” tal como las concibe Yúdice¹² (apud Canclini 1999:31). Considera Canclini que la propuesta de Yúdice es un principio metodológico para pensar las relaciones entre centro-periferia, norte-sur, global-local, sin polarizar las relaciones. Se trata en nuestro caso de una red de emisoras enlazadas por la difusión de una misma señal, producida en Miami, pero que en cuanto a su circulación transnacional dialoga con los entornos culturales en los que las diferentes emisoras de diferentes perfiles evangélicos producen su programación a lo largo de Latinoamérica.

3 – Radiofonía evangélica y producción internacional. Apropiación localizada en el contexto del Noroeste Argentino

Cuando se focaliza el mismo circuito establecido por la red de radios evangélicas, desde la perspectiva de una de las radios que retransmite la señal se perciben nuevas dimensiones del fenómeno comunicacional transnacional. Entre estos aspectos nos referimos a las significaciones que la vinculación tiene para una radio afiliada de proyección mediática localizada en un contexto de predominio cultural católico, también a las características de los contenidos que dinamizan el circuito e interpelan a la audiencia en el ámbito latinoamericano.

Una emisora de radio FM que integra la cadena de retransmisión está ubicada en la ciudad de Santiago del Estero en el Noroeste Argentino (NOA) En este espacio, los circuitos de producción cultural evangélica presentan similitudes con las condiciones de circulación de producción cultural más amplias, si se considera que a nivel nacional e internacional existen centros de producción y centros predominantemente consumidores de la misma. En materia de comunicaciones esta asimetría ubica a la provincia en un polo de escasa producción y alto consumo de ofertas norteamericanas y porteñas¹³. Considerando la propuesta de R. Segato (2007), se trata de un espacio donde predomina la recepción y apropiación de las modernas comunicaciones que provienen de otras ciudades y países. No obstante esto la radio – por sus características de producción – permite mayores expresiones locales, especialmente populares, y se trata de un medio económico si se lo compara con la televisión por ejemplo¹⁴. Así, en la ciudad pueden escucharse tanto emisoras internacionales que son retransmitidas, como radios evangélicas locales. La producción local en general no alcanza circuitos internacionales de difusión, sino que se articula, reproduciendo total o parcialmente señales internacionales, salvo aquellas emisoras que complementan la emisión clásica con transmisiones on-line que pueden ser escuchadas vía Internet.

Si bien la recepción o apropiación en términos comunicacionales suele ser analizada en relación a las audiencias de los medios, en el caso de la difusión transnacional de la señal radiofónica, la recepción que un medio local hace de otro de

circulación internacional también puede ser abordada en ese sentido, tanto a partir de la articulación de su producción radiofónica como por los sentidos que esa vinculación internacional tiene para los productores locales. La *apropiación localizada* (Thompson 1998) tal como la recepción por parte de las audiencias de los medios de comunicación es entendida “como una *actividad*; no como algo pasivo, sino como un tipo de práctica en la que los individuos se implican y trabajan con los materiales simbólicos que reciben” (Thompson 1998:62, cursivas del original). La recepción es también concebida como

[...] una actividad *situacional*: los productos mediáticos son objeto de recepción por parte de individuos que siempre están ubicados en contextos sociohistóricos específicos. Estos contextos están generalmente caracterizados por unas relaciones relativamente estables de poder y por un distinto acceso a los recursos acumulados de varios tipos. La actividad de recepción tiene lugar dentro de estos contextos estructurados y depende del poder y los recursos disponibles a los receptores potenciales (Thompson 1998:62-63, cursivas del original).

En nuestro caso, la recepción local de la señal radiofónica internacional evangélica tiene lugar en un contexto predominantemente católico que caracteriza al noroeste argentino: según datos de la Primera Encuesta sobre Creencias y Actitudes Religiosas en Argentina (Mallimaci 2008) en el NOA el 91,7% se identifica como católico y el 3,7% como evangélico mientras que a nivel país el 76,5% de los encuestados se define católico mientras el 9% se define como evangélico. No obstante esto, en ese contexto la radio FM local que se encuentra al aire desde 1997 cuenta con los recursos suficientes como para retransmitir la señal y sostener una programación propia. Ligada institucionalmente a una iglesia pentecostal de la ciudad de Santiago del Estero, con más de cincuenta años de consolidación local, los estudios de la emisora están ubicados en el primer piso de las instalaciones de la iglesia, y la producción radiofónica forma parte de una serie de actividades de evangelización que la iglesia lleva adelante. Los programas de producción local son conducidos por miembros de la iglesia propietaria de la emisora, pero participan ocasionalmente – como invitados – músicos, pastores o evangelistas de otras iglesias pentecostales de la provincia o del país a propósito de las actividades que se desarrollan en Santiago del Estero.

Con el formato predominante de magazine, los principales programas de producción local se organizan en bloques que incluyen: devocionales, noticias locales, nacionales a internacionales comunes a la agenda periodística “secular”, entrevistas, comentarios, difusión de actividades vinculadas las iglesias evangélicas de la ciudad y la provincia, saludos y dedicatorias musicales de los oyentes y segmentos de música cristiana (baladas, rock, cumbias, música “del recuerdo”, chamamé, etcétera).

Si bien la retransmisión de la emisora internacional tiene lugar en los horarios en los cuales no tiene producción propia al aire, desde el comienzo de nuestro estudio en la radio, esta vinculación se presentaba como importante para la emisora santiagueña. Las referencias a una “radio de Estados Unidos, de Miami” en las entrevistas, sumado a la participación de varios integrantes en las capacitaciones dictadas por la emisora internacional en Argentina, aparecían como elementos que realizaban la producción radiofónica local. En un contexto sociocultural predominantemente católico las vinculaciones internacionales legitiman, apuntalan y ofrecen un ámbito cultural más amplio a las minorías evangélicas locales. La conductora de mayor experiencia en la radio explica las articulaciones con la emisora internacional en los siguientes términos:

Conductora¹⁵: [...] es una radio de *Estados Unidos de Miami* que nosotros bajamos vía satélite, aquí y pasamos esa radio directamente desde allá con toda la programación que ellos tienen. Nosotros tenemos que hacer cursos como por ejemplo la vez pasada que te hablé yo por teléfono, hice un curso de comunicación en la ciudad de Córdoba, dos días.

[...]

Pregunta: ¿En qué consiste una capacitación, esos cursos...?

C: Es casi lo mismo así como lo que estás haciendo vos¹⁶. Por ejemplo en comunicación es cómo se debe hacer, como se hace una programación, cómo se debe hacer durante una entrevista, que es lo que yo tengo mucho, entonces cómo se debe actuar en una entrevista, eh los minutos que se deben dar, los bloques que se deben usar [...].

P: Y la gente que da los cursos estos ¿es gente de Argentina?

C: Los que nos han dado a nosotros fue, eh uno de *Estados Unidos Miami*, que vino... y dos, y uno de *Chile* y una que es de *México* que está radicada en la ciudad de Córdoba.

[...]

P: Me estaba contando de los cursos [...]. Ellos capacitan o reúnen a gente de todo el país que trabaja con ellos...

C: Trabajan con gente y algunos no son directamente gente de radio cristiana [...] Van a diferentes lugares de Argentina y fuera por supuesto de Argentina, en los países que ellos van capacitando a la gente (Cursivas nuestras).

La retransmisión de la señal satelital y las capacitaciones, desde la perspectiva local, implican una instancia de articulación internacional que acredita a la emisora e involucran a los comunicadores locales en un esfuerzo por profesionalizar sus rutinas de producción radiofónica. Las capacitaciones ofrecidas refuerzan la orientación del medio como *servicio social* en contraposición a otros perfiles, primordialmente comerciales – para el caso de la radiofonía secular – y en contraposición a los perfiles eclesiales que enfatizan la convocatoria a los cultos de las iglesias – para el caso de la

radiofonía evangélica. De modo que, al prestigio que construye la radio como centro de referencia mediática de las actividades culturales pentecostales locales, le suma la legitimidad de “la radio de Miami” en tanto emisora evangélica profesionalizada y portadora, siguiendo el lenguaje de R. Segato, del prestigio diferencial de modernidad que la misma vehiculiza y deriva a partir de su origen norteamericano y su inserción internacional.

Varias de las características de la programación local la ubican en la misma línea de producción que la emisora internacional, particularmente los modos en que se desarrolla su discurso radiofónico en diálogo con el contexto sociocultural en el que están insertos. Existe una concepción general de las comunicaciones similar entre las emisoras, sin dejar de considerar las diferencias de competencias y posibilidades de producción que existen entre ambas. La radio FM local retransmite la señal y se apropia de la propuesta internacional, esto genera espacios de producción radiofónica que le permiten participar del ámbito cultural evangélico internacional. La actividad de recepción implica no solo consumo sino también producción. En este caso, la emisora local no solamente retransmite la señal internacional sino que tienen lugar otras vinculaciones que se manifiestan en el discurso radiofónico mismo.

Un ejemplo registrado¹⁷ en el programa vespertino de la emisora local, en el que una vez por semana una invitada tenía un segmento radial, sintetiza el modo en que una práctica comunicacional enlaza a los conductores de las radios afiliadas y a través de las redes sociales a la audiencia latinoamericana. Constituye también una expresión del diálogo que se articula entre las instancias transnacionales y locales a través de los contenidos radiales. La invitada era presentada como una “poetisa internacional” y llevaba al programa la propuesta de un concurso originado en la emisora internacional para “construir el poema más largo de la historia de la humanidad”. Según la propuesta, los interesados debían enviar sus versos a través de Facebook y a una dirección de correo electrónico, con el objetivo de lograr una homologación como Record Guinness y la publicación del poema con los nombres de los autores de los versos. La coordinadora del concurso le explicaba a una de las conductoras del programa local respecto de la participación internacional a través de las redes sociales:

Coordinadora: Surge esta idea para construir el poema más largo del mundo, colaborando con *poetas de toooooo el mundo*, los que tengan oportunidad de ver, van a descubrir que hay *puertorriqueños, estadounidenses, de todo, de todo están colaborando*¹⁸.

Nuevas tecnologías han ampliado las posibilidades de producción, difusión y recepción de la radiofonía tradicional, al tiempo que han reforzado las posibilidades de participación de la audiencia en los programas radiofónicos a través de la utilización de redes sociales, por ejemplo. La coordinadora, en diálogo con la conductora, explicaba respecto de su trabajo y la dinámica de participación:

Coordinadora: Por favor que traten de coordinar el verso que van a escribir con el anterior o al menos con los dos anteriores como para seguir una ilación, tratamos de que sea lo más largo que se pueda, pero a la vez lo más leíble que se pueda. Es decir, para que no se pierda el lector cuando lo lea.

Conductora: *Claro, vos estás coordinando todo este proyecto.*

Coordinadora: Si, gracias a Dios, si, así que hace poquito que surgió esto, así que estamos trabajando duro y parejo con esto.

Conductora: *¿Qué es lo más largo que has llegado a leer? Porque me dijiste que te tomas el trabajo de leer todo lo que escriben, así ¿qué es lo más raro que has leído?*

Coordinadora: Bueno este verso la verdad que a mi me ha sorprendido porque es una chica que conozco [...] *es una muy amiga mía de Ecuador*, y resulta que ella es muy tímida, muy callada y cuando voy a ver su verso dice “espera, pero no lo hagas, con los brazos cruzados, hazlo con las manos abiertas creyendo con todas tus fuerzas que recibirás eso que tanto esperas”, me he quedado iguau!

Conductora: Bueno, de donde le ha surgido...

Coordinadora: Y me acordaba del corazón, de la abundancia del corazón habla la boca...

Conductora: Exactamente...

Coordinadora: Después tenemos un montón de versos, pero ese es el que más me ha impactado, de 220 comentarios ese es el que más me ha impactado.

Conductora: 220 comentarios [...].

Coordinadora: Si, desde el miércoles pasado hasta este miércoles, si, hasta el miércoles anterior hemos llegado a 190 y hoy estamos en 224¹⁹.

Asimismo la conductora y la coordinadora invitan a los oyentes a participar y enfatizan la publicación de los versos y la autoría de los participantes:

Conductora: Ahí estás escuchando, si querés participar de esto, si a vos te gusta inspirarte y bueno si no sos tan poeta tampoco, tan versero, lo puedes hacer, te puedes animar, te sientas piensas un poquito y te animas a participar, mirá que pasaría si lo homologan como Record Guinness, vas a estar, va quedar tu nombre ahí grabado.

Coordinadora: Y lo más, lo interesante de todo esto es que además de que lleguemos a la homologación, se va publicar un libro con todos los versos escritos, con el nombres de los autores, de cada verso²⁰.

En este caso, una propuesta originada en la emisora internacional es recibida e incorporada en la dinámica de un programa local, posibilitando la articulación a

través de redes sociales, que involucran además la participación de los oyentes de las radios afiliadas latinoamericanas, consolidándose así las instancias de co-producción, circulación y recepción internacional. Asimismo, la utilización de un género literario y el objetivo de inscripción como record – más allá de que se alcance o no – introduce un registro cuantitativo en la producción cultural de una minoría, lo que constituye en un punto la búsqueda de un reconocimiento exterior a los propios ámbitos evangélicos. J. B. Thompson denomina “sociabilidad *mediática*” a la percepción de “que pertenecemos a grupos y comunidades que se han constituido, en parte, a través de los *media*” (1998:57, cursivas del original). En el caso que aquí se analiza, esta instancia de coproducción cultural internacional ofrece a los oyentes en cuanto tales la posibilidad de inscripciones en múltiples comunidades de audiencia, y en cuanto miembros de iglesias locales, un espacio cultural y social más amplio y diverso que las propias congregaciones.

4 – Religiosidad evangélica y territorialidad ampliada: sus configuraciones mediáticas

La conformación de la red de radiofonía evangélica, a partir de la circulación transnacional de la señal radial, las apropiaciones localizadas y la participación de las audiencias a lo largo de Latinoamérica, tal como las venimos analizando, nos remite a la generación de configuraciones culturales que pueden distinguirse según dimensiones territoriales. La reflexión en torno a la *territorialidad* y las fronteras se ha desarrollado en el ámbito de la problemática sobre globalización/transnacionalización/localización y a las nociones de local y global; al tiempo, las modificaciones en las percepciones espaciales también han sido consideradas en relación a la circulación transnacional de información a través de los medios de comunicación. La condición espacial y territorial del sonido, y en este caso de la radiofonía, liga lugares distantes. J. L. Fernández sostiene que:

[...] la radio propone configuraciones espaciales específicas y que no habían existido previamente. Ese efecto de *articulación* de espacios, inaccesibles fuera del medio (...), si bien puede entenderse como un efecto general de época, es innegable que se construye definitivamente en la radio (2008:66, cursivas del original).

Asimismo, y considerando la propagación de las señales radiofónicas en el espacio, Fernández también reflexiona sobre el modo en que la radiofonía desmarca fronteras territoriales (2008:11). Los *dispositivos radiofónicos* (Fernández 2008) en conjunción con la tecnología satelital, digital e Internet sustentan la red de afiliadas, de modo que se enlaza no solo a las radios sino a sus audiencias en países de habla hispana. Las articulaciones espaciales abstractas toman densidad concreta a partir de

las voces de los conductores, actores, cantantes, locutores (idem:67) que, en nuestro caso se materializan a través de entonaciones, cadencias y modos de hablar particulares que marcan las inflexiones locales de las ciudades enlazadas por la red, y que cristalizan la percepción de la audiencia extendida por Latinoamérica. Las radios que integran la cadena trabajan en la construcción de mediaciones que vinculan y articulan actores y productores culturales evangélicos en una configuración transnacional, que redundando en potenciaciones de la misma red y sus espacios locales.

La red con su punto central en Miami cuenta con cientos de puntos de expansión – las estaciones en diferentes países que retransmiten la señal – que disponen del alcance territorial de su señal que se capta en receptores domésticos, automóviles o teléfonos celulares, más la recepción vía Internet que permite la recepción incluso fuera del área de frecuencia. La radiofonía clásica complementada y ampliada con dispositivos digitales, satelitales e Internet nos conduce hacia los aspectos territoriales que surgen en este contexto de radiofonía transnacional. Para ello recuperamos la lectura que de M. Bajtín hace R. Segato a partir de su preocupación por “cómo el escenario espacial se introduce en el discurso”, la autora sostiene que:

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

En nuestro caso, al tratarse de comunicaciones mediáticas, los territorios que se construyen se extienden más allá de los espacios de interlocución interpersonales, particularmente la radio trabaja en la construcción de territorialidad a través del sonido que se expande más allá de los límites naturales de la voz humana. Los programas de radio podrían considerarse como “rituales edilicios” que configuran la “comunalidad del ambiente”. Más aún en nuestro caso, las comunicaciones satelitales, la radiofonía clásica e internet, posibilitan la edificación de territorios transnacionales. En conjunto conforman un territorio, no solo espacial sino simbólico en la perspectiva de Segato (2007), incluso cartografiable, articulado a partir del sonido. La configuración de esta territorialidad a través de las comunicaciones en el caso evangélico es más significativa aún cuando se considera la disposición de esta comunalidad y mutualidad en un territorio predominantemente católico en países latinoamericanos. En este sentido la circulación de legitimidad en el sentido Norte-Sur, es decir desde un lugar de producción como Miami, hacia ciudades como Santiago del Estero, si bien en ciertos aspectos reproduce las pautas dominantes de producción y circulación cultural, posibilita en cuanto a su apropiación local, la consolidación de un espacio cultural más amplio que los templos para una comunidad de fieles vinculados al entorno cultural evangélico.

Un territorio propiamente evangélico que se extiende desde el espacio íntimo donde tiene lugar la escucha radial, hasta el espacio fuera del país desde donde se produce la señal, y densificado a su vez por la multiplicidad de radios afiliadas y de oyentes que desde distintos países de habla hispana intervienen en los programas y consolidan esta imagen de un público y una comunidad internacional.

A modo de conclusión

El abordaje del fenómeno de la radiofonía evangélica, considerando las mediaciones e interrelaciones que tienen lugar entre cadenas internacionales y emisoras locales de radio, posibilita la comprensión del papel de la religiosidad en la conformación de circuitos mediáticos transnacionales y de los medios en la conformación de circuitos evangélicos transnacionales.

La red de radiodifusión evangélica organiza internacionalmente la circulación de bienes simbólicos dirigido a un público hispanohablante a partir de la articulación con emisoras afiliadas latinoamericanas. La emisora internacional, además de contenidos radiofónicos, amplía su oferta con cursos de capacitación y dinámicas de coproducción que afianzan las condiciones de recepción locales. La vinculación internacional le permite a una afiliada renovar sus recursos de producción y situarse en el contexto de la producción cultural evangélica local e internacional, al mismo tiempo que potenciar su lugar cultural dentro del sector evangélico y del espectro mediático local. Es decir que le permite interpelar a audiencias no evangélicas en un contexto cultural predominantemente católico desde una concepción más diversa de las comunicaciones y menos marcada por la eclesialidad, al tiempo que respaldada por un sonido moderno y cargado de prestigio, como es el de “la radio de Miami”. Si bien en este circuito los programas radiofónicos se dirigen de Norte a Sur, y unos actores evangélicos están en condiciones de formular un “deber ser” profesional para otros, por otro lado, no se trata de la difusión en Latinoamérica del evangelismo norteamericano, a través de sus figuras mediáticas más conocidas, sino de las comunicaciones evangélicas que resultan de la inserción evangélica latina en Estados Unidos y que se retroalimenta en un juego de reverberaciones mediáticas a lo largo de Latinoamérica. Se trata por lo tanto de una red centralizada de doble circulación, en un sentido distribuye la señal radiofónica de Norte a Sur, pero la red también capta contenidos en distintos países latinoamericanos y los distribuye en el Norte, entonces al invertir el mapa la red de expansión se convierte en un embudo de inserción latina en Estados Unidos. Los medios, en este caso, configuran enlaces de producción que intercalan la circulación mediática transnacional de modo que el eje esquemático entre producción-consumo se complejiza en un circuito de múltiples puntos.

De tal forma, las comunicaciones cristianas negocian su lenguaje con los medios de comunicación y componen los aportes culturales evangélicos al espectro mediático contemporáneo. Emergen así los comunicadores cristianos como un conjunto de

enunciadores especializados mediáticamente y que no necesariamente son pastores, evangelistas y/o líderes evangélicos como enunciadores primordiales. Se posicionan los medios cristianos en tanto ampliadores de los espacios de la religiosidad, no solo en el sentido de reproducción ampliada de la eclesialidad, sino fundamentalmente como producción propiamente mediática. Finalmente, se proyecta el circuito transnacional en red intercomunicado, es decir promoviendo los flujos comunicacionales entre múltiples puntos.

Si algo hacen los medios de comunicación contemporáneos es complejizar las concepciones del espacio, del espacio social y las comunidades. En este sentido, los comunicadores evangélicos mediáticos y la producción radiofónica que analizamos trabajan en la conformación de un espacio cultural evangélico local, en torno el cual se inscriben comunidades interpeladas religiosamente. La conformación de “territorios sonoros” – a través de la radio, las comunicaciones satelitales e Internet – como territorios propiamente evangélicos de interlocución, contruidos transversalmente sobre las delimitaciones – tanto evangélicas como no evangélicas – locales, nacionales e internacionales, refiere a una capacidad de producción cultural de frontera que trabaja negociadamente con diversos entornos culturales y al mismo tiempo potencia las tramas locales e internacionales de la red que conforma.

Referências Bibliográficas

- ALGRANTI, Joaquín. (e/p) “Sociología de las formas de producción de las mercancías religiosas”. *Revista Argentina de Sociología*.
- _____. (2010), *Política y religión en los márgenes. Nuevas formas de participación social en las mega-iglesias evangélicas en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial CICCUS.
- _____. (2011) “La religión como cultura material: socio-génesis de los circuitos editoriales en el mundo católico y evangélico”. *Revista Horizontes Antropológicos*, año 17, n° 36: 67-93.
- ALVES, Daniel. (2009), “‘Conectados pelo espírito’: Redes pessoais de contato e influência entre líderes evangélicos ao sul da América Latina”. *Revista Debates do NER*, año 10, n° 16: 183-199.
- _____. (2012), “Aportes teórico-metodológicos para o estudo de redes transnacionais de líderes pentecostais e carismáticos”. *Revista Horizontes Antropológicos*, año 18, n° 37: 45-71.
- DE LA TORRE CASTELLANOS, Renee. (2009), “De la globalización a la transrelocalización de lo religioso”. *Revista Debates do NER*, año 10, n° 16: 9-34.
- FERNÁNDEZ, José Luis. (2008), “I. Introducción. La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva”. In: J. L. Fernández (dir.). *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- FRIGERIO, Alejandro. (1994), “Introducción”. In: A. Frigerio (comp.). *El Pentecostalismo en la Argentina*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. (1999), *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- GOGIN SIAS, Gina y PÉREZ VELA, Rolando. (1997), *Mediaciones comunicacionales en el rito y la cultura religiosa. El caso de la Iglesia Dios es Amor en Perú*. Lima: CICOSUL Universidad de Lima.
- HOOVER, Stewart. (1988), *Mass Media Religion. The Social Sources of the Electronic Church*. Beverly Hills: SAGE Publications Inc.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2012), *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Resultados definitivos*. Serie B, N° 2. Tomo 1. Buenos Aires. Disponible en: http://www.censo2010.indec.gov.ar/archivos/kenso2010_tomo1.pdf – acceso: 1 de julio de 2013.
- MALLIMACI, Fortunato (Dir.). (2008), *Primera encuesta sobre creencias y actitudes religiosas en Argentina* (UBA, UNSE, UNR, UNCu, ANPCyT, CONICET). Disponible en: <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2013/02/encuesta1.pdf> – acceso: 3 de septiembre de 2008.
- MANSILLA, Miguel Ángel. (2009), “De la caja del diablo a la caja de Dios. El neopentecostalismo chileno como iglesia electrónica”. *Penteco Studies*, vol 8, n° 1: 1-36.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. ([1987]1997), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: G. Gili.
- MIGUEL, Gloria. (e/p), “Género y enunciación evangélica en la producción cultural contemporánea”. *Cultura y Religión. Revista de Sociedades en Transición*, vol. VII, n° 2.
- _____. (2011), “Radiofonía evangélica. Cadenas internacionales y FM locales”. Ponencia en el X Congreso Argentino de Antropología Social. Buenos Aires: FFyL UBA.
- _____. (2013), *Medios de comunicación y minorías evangélicas. Un análisis del discurso evangélico mediático*. Buenos Aires: Tesis de doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, UBA.
- ORO, Ari Pedro. (2009), “Transnacionalização religiosa no cone-sul: uma comparação entre pentecostais e afro-religiosos”. *Revista Debates do NER*, ano 10, n° 16: 225-245.
- SEMÁN, Pablo. (2006), “El pentecostalismo y el ‘rock chabón’ en la transformación de la cultura popular”. In: D. Míguez y P. Semán (Eds.). *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*. Buenos Aires: Biblos.
- SEGATO, Rita. (2007), *La Nación y sus Otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de Políticas de la Identidad*. Buenos Aires: Prometeo.
- THOMPSON, John. B. (1998), *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- WYNARCZYK, Hilario. (1989), *Tres evangelistas carismáticos: Omar Cabrera, Annacondia, Héctor Aníbal Giménez (Informe de investigación, datos actualizados en 1992)*. Buenos Aires: FIET/Prensa Euménica, documento policopiado.
- _____. (2009), *Ciudadanos de dos mundos. El movimiento evangélico en la vida pública argentina 1980-2001*. San Martín: Unsam Edita.
- YÚDICE, George. (2008), “La globalización y la nueva división internacional del trabajo cultural”. In: M. Lacarrieu y M. Álvarez (Comp.). *La [indi]gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires: La Crujía.

Notas

- ¹ Este artículo se basa en la investigación de mi tesis doctoral *Medios de comunicación y minorías evangélicas. Un análisis del discurso evangélico mediático* (2013) en el doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, realizada a través del financiamiento de becas doctorales de CONICET. Expusimos formulaciones preliminares de las problemáticas que aquí desarrollamos en la ponencia *Radiofonía evangélica. Cadenas internacionales y FM locales* en el grupo de trabajo “Religiones e identidades en la transnacionalización” en el marco del X Congreso Argentino de Antropología Social en 2011.
- ² La polarización entre lo *global* y lo *local* son problematizadas por García Canclini, quien propone considerar “(...) la formación de nuevas mediaciones entre ambos extremos. Más que enfrentar identidades esencializadas a la globalización, se trata de indagar si es posible instituir sujetos en estructuras sociales ampliadas” (1999:30-31). Si bien García Canclini se refiere a la organización de intermediaciones y la planificación de políticas culturales, esta propuesta metodológicamente atenta a las mediaciones

perfila un enfoque que considera las articulaciones *dialógicas*.

- ³ Aquí reconocemos diferencias con las redes pentecostales estudiadas por D. Alves (2009) en el Mercosur, ya que este autor analiza redes personales y en segundo lugar se trata de redes, en la que si bien se juega el prestigio de los líderes y se construyen jerarquías, se trata de redes no centralizadas. En nuestro caso, la producción de contenidos se encuentra primordialmente, aunque no exclusivamente, centralizada. Esto no quita que en sus apropiaciones locales esta centralización se vea superpuesta a la de otras instituciones no mediáticas en las que se integran las iglesias pequeñas y medianas iglesias evangélicas que poseen emisoras de radio, y que de esa superposición institucional resulte en las programaciones locales un diálogo con otros ejes generadores de contenidos que poseen mayor significatividad local.
- ⁴ Seguimos en este punto los datos ofrecidos en la página web de la emisora. Link: http://cvcafiladas.com/cvc_nomina.php – acceso: 15 de junio de 2013.
- ⁵ Llevamos adelante este análisis a partir del estudio de la emisora internacional con centro en Miami CVC La Voz y la estación local santiagueña de FM Visión de Amor. Metodológicamente desarrollamos el trabajo a partir de un registro de escucha en la ciudad de Santiago del Estero que permitió identificar las emisoras religiosas, dentro de ellas las evangélicas y seleccionar a Visión de Amor como una de las más consolidadas en su realización. A partir de un corpus grabado de programas analizamos el discurso radiofónico de la emisora y sus vinculaciones internacionales con CVC La Voz. Realizamos también entrevistas con conductores y operadores de la emisora local.
- ⁶ Según el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010 Argentina tiene 40.117.096 de habitantes, la provincia de Santiago del Estero tiene 874.006 habitantes y el departamento Capital 267.125. Según datos del mismo censo el 17,6% de los hogares de la provincia se ubican entre aquellos con Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) mientras el total del país es de 9,1 % y el de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires alcanza el 6%. Una de las características sociodemográficas de la provincia consiste en la población rural que alcanzaba el 33,4 % según el Censo 2001.
- ⁷ La traducción del término sería *para-iglesia*, pero utilizamos la expresión *para-eclesialidad*, puesto que sin perder el carácter de institución que tienen estos medios evangélicos conserva también el carácter relacional con lo eclesial. Expresiones como *para-iglesia* o *para-eclesial* parecerían enfatizar el carácter paralelo y no relacionados con las iglesias en sentido tradicional. Agradezco a la Dra. Ana Teresa Martínez la sugerencia sobre esta expresión.
- ⁸ Quienes principalmente llevan adelante la programación son “comunicadores cristianos” que se definen por su actividad en los medios de comunicación, uno de los más conocidos entre ellos es por ejemplo Jeffrey De León. También tiene espacio en la emisora figuras como Dante Gebel, pastor pero que a su vez tiene una profusa presencia en medios de comunicación.
- ⁹ La industria musical cristiana ha consolidado figuras que también difunde la emisora como Marcos Witt, Jesús Adrián Romero, Rescate, entre otros.
- ¹⁰ En discusión con la tesis del *imperialismo cultural*, el modelo de análisis propuesto por H. Schiller para interpretar el peso y la influencia cultural de Estados Unidos a partir de la Segunda Guerra Mundial.
- ¹¹ Link: <http://cvclavoz.com/quienes-somos/> – acceso: 10 de noviembre de 2011.
- ¹² Según explica Canclini: “George Yúdice emplea esta expresión para describir cómo los curadores de las exposiciones y las revistas de arte estadounidenses influyen en la imagen del arte latinoamericano en Estados Unidos, en la autopercepción de los artistas, así como en los criterios de los públicos latinoamericanos y estadounidenses, aún en cuestiones que trascienden lo artístico” (1999:31).
- ¹³ Según el Censo Nacional 2010 la provincia de Santiago del Estero cuenta con el porcentaje más bajo de Hogares con disponibilidad de computadoras del país, con un 23,4% mientras que la media del país es del 47% y los porcentaje más altos se encuentran en Tierra de Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur con un 73,7% y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con un 68,6%. Como el informe del censo indica “La disponibilidad de computadora en el hogar es un indicador de acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que posibilita la obtención de una medida clave para el análisis de la inclusión y de la alfabetización digital como dominio de la alfabetización general”. El informe también indica el crecimiento del acceso registrado comparativamente con los datos del censo 2001

cuando la media nacional era del 20,5% y la provincial del 7,8%.

- ¹⁴ La ciudad cuenta con aproximadamente 64 emisoras FM, entre ellas dos católicas y al menos cuatro evangélicas. No se encuentran disponibles datos oficiales sobre la composición del espectro radiofónico, por ello se trata de datos aproximados que obtuvimos mediante un registro de escucha personal realizado en 2010. En materia televisiva transmiten en la provincia un canal de aire y tres canales de cable.
- ¹⁵ La entrevista se desarrolla en el estudio de la radio con la conductora en su lugar de trabajo frente al micrófono y la co-conductora y operadora frente a ella. El programa está en su tramo final y hacen una pausa para recibirme, como la entrevista se extiende la conductora decide terminar el programa en horario y seguir con la entrevista (Entrevista realizada el 22 de septiembre de 2010).
- ¹⁶ En referencia a mis estudios (de grado) en cuanto formación para el desempeño en medios de comunicación.
- ¹⁷ Trabajamos en este punto del análisis a partir del registro de escucha. En la transcripción de los programas grabados se identifican las voces de quienes hablan a partir de su actividad en el programa.
- ¹⁸ Grabación FM local, programa 24/09/2010.
- ¹⁹ Grabación FM local, programa 24/09/2010.
- ²⁰ Grabación FM local, programa 24/09/2010.

Recebido em julho de 2013.

Aprovado em outubro de 2013.

Gloria Miguel (glem80@hotmail.com)

Doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires. Pesquisadora do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Social (INDES) da Universidade Nacional de Santiago do Estero, Argentina.

Resumen:

Producción mediática y religiosidad. Dinámicas transnacionales de las comunicaciones evangélicas

La circulación internacional de bienes simbólicos a través de los medios de comunicación ha generado numerosos debates sobre los modos de interpretar y analizar los procesos comunicacionales en las tramas culturales contemporáneas. En este trabajo nos referimos a la conformación de una cadena de radiofonía evangélica con sede en Miami, integrada por radios afiliadas que retransmiten la señal en distintas ciudades de Latinoamérica. Las características de esta red nos permiten indagar las problemáticas de la *globalización*, *transnacionalización* y *localización* cultural en el ámbito de la religiosidad y los medios de comunicación. Profundizamos en las articulaciones espaciales, las mediaciones culturales y las interrelaciones entre iglesias, medios de comunicación y públicos evangélicos configuradas en el contexto de la producción cultural evangélica internacional.

Palabras-clave: medios de comunicación, transnacional, evangélicos, radiofonía, territorialidad.

Abstract:

Mass media production and religiosity. Transnational dynamics of the evangelical communications

The international circulation of symbolic goods via the mass media has generated numerous debates on ways to interpret and analyze communication processes in the contemporary cultural frames. In this paper we refer to the formation of an evangelical radio chain based in Miami, made by radio affiliates that broadcast the signal in different cities of Latin America. The characteristics of this network allows us to investigate the problems of globalization, transnationalization and cultural location in the field of religion and the media. We analyze the spatial articulations, cultural mediations and interrelations between churches, mass media and evangelical audiences configured in the context of international evangelical cultural production.

Keywords: media, transnational, evangelicals, radio, territoriality.