

TRANSICIONES COMUNICACIONALES DEL PROTESTANTISMO LATINOAMERICANO

Del difusionismo proselitista a la interlocución pública

Rolando Perez¹

[publicado en: Bullón, Fernando & Panotto, Nicolás (eds). (2017). “¿Hacia dónde va el protestantismo en América Latina?: Una visión multidisciplinaria y prospectiva a los 500 años de la Reforma”. Buenos aires: Ediciones Kairos.]

La historia de la misión y la evangelización desde la frontera protestante en América Latina estuvo acompañada de estrategias comunicacionales que respondieron no solo a modelos discursivos, sino también a lógicas de relacionamiento e inserción de las iglesias en el espacio público, en cada contexto histórico.

Por ello, resulta importante poner atención en las lógicas comunicacionales desde las que las iniciativas misioneras y proyectos de expansión de las iglesias afirmaron sus prácticas de evangelización e incidencia pública en nuestra región.

Antes de plantear algunas reflexiones en relación a los desafíos comunicacionales para pensar una pastoral de la comunicación en el escenario actual, me gustaría revisar dos de las propuestas de comunicación que, a mi juicio, influyeron en el discurso y las prácticas de misión y evangelización en América Latina, desde la frontera protestante.

El modelo de la mediatización proselitista

El primero de ellos tiene que ver con el modelo de la mediatización proselitista, construida desde la práctica evangelizadora que desde los 80s impulsaron las agencias misioneras. Las iniciativas misioneras de esta época trajeron consigo no solo el soporte económico y tecnológico para la construcción de proyectos mediáticos de evangelización –inicialmente ligados a la gestión y la producción radiofónica –, sino también un determinado paradigma comunicacional basada fundamentalmente en la lógica de la transmisión mediática del discurso evangélico. Desde esta perspectiva, la radio se convirtió en uno de los medios privilegiados para poner en práctica los proyectos conversionistas y proselitistas que la acción misionera de esta época trajo consigo.

Como sostiene Dennis Smith (2012), el optimismo de la tecnologización religiosa llegó a formar parte del ideario desde el cual se construyeron las empresas misioneras que surgieron en el Siglo XIX. “Los estadounidenses llegaron a considerar que su rápida mecanización e industrialización formaba parte integral de su misión sagrada de salvar a la humanidad” (p.3). En esta línea, Quentin Schultze, plantea lo siguiente:

Si existían almas inconversas condenadas al infierno, como aseveraban la mayoría de los misioneros, urgía aprovechar todas las tecnologías de comunicación y de transporte lo antes posible para fines evangelísticos...

¹ Profesor asociado de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Director del centro de estudios e investigación de la Asociación Paz y Esperanza. Comunicador social por la Universidad de Lima, Magister en investigación de la comunicación por la Universidad de Colorado, USA. Doctorando en Sociología de la religión por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Miembro de la Fraternidad Teológica Latinoamericana (FTL).

Los evangélicos interpretaban el significado de la radio y la televisión a partir del optimismo tecnológico americano. (1987:249).

Este optimismo tecnológico acompañó a los misioneros que impulsaron proyectos mediáticos de evangelización en América Latina. Precursora de la incursión evangélica radial la constituye la emblemática emisora HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice), conocida como “La Voz de los Andes”, cuyas primeras transmisiones se realizaron el 25 de diciembre de 1931, desde la ciudad de Quito, Ecuador. HCJB pronto amplió su capacidad de transmisión y cobertura, convirtiéndose en una estación de alcance más allá de las fronteras ecuatorianas. En la misma línea comunicacional de HCJB, ubicamos a Radio Trans Mundial (RTM), que en 1964 comenzó sus transmisiones para el Caribe y América del Sur desde la isla de Bonaire.

En Brasil, y particularmente en Sao Paulo, el crecimiento del número de radios evangélicas es digno de mención. En 1999, eran 20 las emisoras de AM y FM en el área del Gran Sao Paulo las controladas por las iglesias evangélicas. Caracterizaron a los beneficios de sus programas con palabras como “bendición espiritual,” “consolación,” “consejos acertados,” “sanidad” y “bendición para la vida familiar.” (Quintero, 1998:6).

En 1949, los participantes de la I Conferencia Evangélica Latinoamericana, realizada en Buenos Aires, declararon:

La radiofonía y los medios audiovisuales constituyen instrumentos nuevos en la obra de la difusión del Evangelio. En conferencias anteriores, este tema no se trató por ser casi desconocido, pero la inusitada rapidez con que estos medios de divulgación se han extendido en todas partes es índice de la importancia que tienen en la vida moderna... Esta conferencia, dándose cuenta de la importancia, se complace en recomendar lo siguiente: a) la organización de campañas locales, regionales y continentales de evangelización por medio de la radiofonía; b) establecimiento de cursos sobre radiofonía evangélica en seminarios e institutos bíblicos².

En 1979, en el II Congreso Latinoamericano de Evangelización (CLADE II), el predicador Luis Palao, hace referencia –en su ponencia sobre “El Desafío de la evangelización hoy” –al uso de los medios masivos.

Tenemos que hacer que el evangelio sea noticia. Los medios masivos no ayudan a alcanzar el gran fin que glorifica a Dios y bendice a la nación. Con valor y sin cobardía, con humildad, pero con autoridad debemos meternos sin titubeos en medio del mercado del mundo. Hoy los medios masivos son el mercado de ideas que tocan multitudes y lo hacen al instante. Por la gloria de Dios, las puertas de los medios nos están abiertas hoy³.

Es interesante e el discurso la connotación de los medios de comunicación, la mismas que se reduce a la una concepción difusionista de la comunicación, mediante la cual se concebía a los medios como instrumentos de divulgación de la doctrina, pero no necesariamente como espacios de interacción y dialogo con los agentes de la sociedad. Basada en esta perspectiva se construyó

² Informe y resoluciones de la Primera Conferencia Latinoamericana. Buenos Aires, 1949. P. 2

³ Palao, Luis. “El desafío de la evangelización en la década del 80”. En: América latina y la evangelización en los años 80. FTL, noviembre, 1979, p. 192

un modelo comunicacional alrededor de la evangelización masiva y transnacional denominada “la iglesia electrónica”

En los 80s, este modelo –legitimada principalmente por iniciativas misiológicas provenientes del conservadurismo norteamericano –influyó fuertemente en América Latina. Probablemente, el más emblemático fue el proyecto evangelístico del predicador Jimmy Swaggart. En un estudio realizado en 1985, el Centro Evangélico Latinoamericano de Estudios Pastorales (CELEP) midió el impacto de la programación religiosa estadounidense –entre la población cristiana activa, tanto católica como evangélica –en Centro América. Se descubrió que el 70 por ciento de la muestra encontró más utilidad para sus vidas cotidianas en las enseñanzas de Jimmy Swaggart que en las enseñanzas de su iglesia local (Smith, 2005:10).

En aquella época, varios ministerios estadounidenses contribuyeron no solo a crear cadenas de radio y televisión, sino también a insertar en las emisoras evangélicas locales las producciones evangelísticas producidas desde el norte, es decir desde la mirada y la cultura norteamericana. Trinity Broadcasting Network se constituyó en un referente clave de estas iniciativas. Durante su apogeo, predicadores de televisión como Jim Bakker (programa “Club PTL”), Pat Robertson (programa “Club 700”) y Jimmy Swaggart se convirtieron en televangelistas emblemáticos del evangelismo mediatizado transnacionalizado (Smith, 2001, Hoover, 1998; Valle, 2005).

En la misma línea de estos predicadores, Luis Palao y Pablo Finkenbinder (conocido popularmente como el “Hermano Pablo”) crearon un estilo mediático de evangelización que tenía como propósitos principales la evangelización conversionista y el fortalecimiento del movimiento evangélico en América Latina. Varios investigadores (Smith 2001; Assman, 1987; Gogin, 1997; Pérez, 1997) coinciden con la lectura de Stewart Hoover en el sentido de que estos proyectos televangelísticos proveyeron “símbolos, códigos y discursos para revitalizar los valores del fundamentalismo religioso [evangélico]” (Hoover, 1998: 216).

Posteriormente, la innovación de los denominados telepredicadores pentecostales y neo pentecostales constituyó un hito clave para el proyecto mediático de la evangelización en diversos países de la región. Dennis Smith lo explica de este modo:

Los telepredicadores enfatizaron aún más el contenido emotivo de la televisión religiosa. “¿Quiere esperanza? ¿Anhelan el perdón y la liberación? ¿Desea la sanidad, la riqueza, el poder? Demuestre su fe entregando su ofrenda a mí, el intermediario con el misterio, el canal de la trascendencia. A cambio, yo le otorgo su deseo ¡en el nombre de Dios!. Como sello, como garantía, le otorgo este símbolo de lo sagrado: un frasco de agua bendita, unas gotas de aceite para ungir, y Dios le liberará de sus demonios y resolverá sus problemas” (Smith, 2005: 7).

Carlos Valle (2005), sostiene que la denominada “iglesia electrónica” (IE) se convirtió en el brazo mediático del proyecto integrista evangélico que desde los estados Unidos de Norteamérica se expandió a otros contextos, como fue el caso de muchos países de América Latina.

La IE llevada a cabo en los Estados Unidos muestra estas características: a) es una actividad religiosa producida y recibida por las personas que comparten los mismos símbolos, valores y cultura moral, b) está entroncada con el fundamentalismo y el neo-conservadurismo; c) tiene su propia estructura institucional y política; d) tiene influencia en todas las instituciones religiosas y e) marca su impronta en la cultura. Cuando la IE se expande a otros países su

actividad parece centrada en los individuos. La conciencia religiosa moderna parece reconocer una estructura social más impersonal. Esta estructura social provee un amplio contexto donde se establece una relación entre lo personal y lo comunitario. En este sentido el neoconservadurismo, al afirmar los valores tradicionales, llama a un proceso de adaptación a la sociedad y al mundo. De esta manera la IE usa un medio moderno para llevar una religiosidad del tradicionalismo. Así, por ejemplo, va cambiando la forma de ver la política y la religión. Se propone ejercer su autoridad tanto en los símbolos sociales y culturales, como en las normas y valores, para llegar a ser la mediación para la interpretación de la realidad y fuente de ideología (Valle, 2005:79).

De este modo un vasto sector del conservadurismo evangélico latinoamericano trascendería de aquella calificación del campo mediático como la “caja del diablo” al culto de la tele-evangelización.

...[L]a inicial repulsa de sectores evangélicos contra la televisión, que un predicador calificó en su momento como la “caja del diablo”, dio paso, desde los años 80, a una apreciación positiva de este medio como otro mecanismo para la evangelización. De la mano de la experiencia de los predicadores en Estados Unidos, un sector de iglesias, especialmente neo-pentecostales incursionó en un tele-evangelismo que, posteriormente encontró una matriz ideológica adecuada en la denominada teología de la prosperidad (Quintero, 1998:7).

En muchos países, los ministerios mediáticos inspirados y basados el modelo de la iglesia electrónica se constituyeron en una suerte de Iglesia paralela a las comunidades evangélicas clásicas. “Se trata de un fenómeno que es producto de un movimiento para-eclésiástico construido sobre *megaeventos* y los movimientos misioneros transnacionales. Estamos así ante una forma de desterritorialización de las iglesias, y una revitalización de las religiones carismáticas y de los cultos masivos” (Parker, 2013:10).

Los 90's da cuenta del surgimiento de nuevos proyectos de comunicación construidos desde esta frontera comunicacional. Las iglesias pasan de la producción de programas o la aparición eventual en los medios a la apropiación comercial de los medios masivos a la constitución y gestión de empresas mediáticas nacionales, ingresando así a la competencia en el mercado de los medios y de la propia industria cultural masiva (Pérez 1997; Balarezo, 2000).

En 1992, un sector de los comunicadores y productores evangélicos vinculados principalmente a las iglesias independientes y neo-pentecostales constituyeron la denominada Confederación Iberoamericana de Comunicadores y Medio Masivos Cristianos (COICOM), constituyéndose en una de las entidades más representativas e influyentes del conservadurismo evangélico en la región. Cada año reúnen a centenares de líderes vinculados al campo de los medios de América Latina y el Caribe (Quintero, 1998).

Este movimiento, además de constituirse en un foro de encuentro e intercambio entre comunicadores ligados a este sector evangélico, se convirtió en una plataforma interdenominacional para acompañar las iniciativas y proyectos de evangelización de aquellos grupos conservadores cuya agenda de incidencia pone énfasis principalmente en la defensa de la familia.

La reunión anual de Comunicadores Cristianos de Iberoamérica (COICOM) en 1996, congregó a cientos de profesionales cristianos en el área de la comunicación en torno a la temática familiar. El evento llevó el slogan “Al rescate de la

familia...Las conferencias principales diagramaban las responsabilidades de los medios cristianos para la conversión teniendo como vehículo principal a la familia. [Durante el evento se hicieron] descripciones sobre como la industria de la pornografía promoverá sin empachos sus mensajes destruyendo la unidad familiar. Los medios de comunicación, para los comunicadores cristianos, eliminan el dialogo al interior de la familia además de ser corruptores masivos de gran poder, promotores de la sexualidad, brujería y la paganería, y de otras formas con las que “el anticristo y sus mil frentes intenta sojuzgar al hombre”. Los medios evangélicos deben pues establecer el “rol del padre en la familia” como cabeza del hogar y como director “socio espiritual de sus destinos” (Loayza, 1998: 115).

En esa misma línea, en la declaración de la cumbre del 2013 realizada por esta organización en Paraguay, sostienen lo siguiente:

El cielo gobierna y somos empoderados a ejercer poder, dominio y autoridad en el gobierno de todo lo creado, manifestando el orden de Dios para establecer justicia, equidad y paz en las naciones. Nosotros, miembros de la Iglesia como representante del Reino de Dios en la tierra, vamos a modelar el estilo de vida de los gobernantes y gobernados, a fin de transformar la manera de pensar, actuar y hablar de nuestros pueblos. Nuestra oración, adoración, alabanza y acción serán elementos activos que con la Gracia de Dios establecerán el Reino de Dios en la esfera de gobierno⁴.

Hay, pues, una ligazón clara entre la propuesta de la tele-evangelismo proselitista de los 80's y el discurso de los ministerios y redes de comunicación que emergieron en años recientes. Ambos mantienen el modelo difusionista de la comunicación, a través del cual se pone énfasis en el mensaje y sus efectos, pero no en las necesidades, demandas cotidianas y contextuales de la gente.

Igualmente, es importante mencionar que esta corriente evangélica tiene una cercana conexión con los sectores que hoy entran a la esfera política e incorporan las demandas sociales en su agenda religiosa desde la lógica de la cosmovisión teocrática del poder público, desde la cual “se asume que los gestores de la fe tienen un imperativo moral o un mandato cultural [mesiánico] para extender su dominio religioso sobre todas las estructuras de la sociedad” (Pottenger, 2007:77).

El modelo ecuménico de la comunicación

El segundo modelo, que se construyó paralelamente a la propuesta anterior, proviene de las redes de comunicación vinculadas a los sectores del protestantismo evangélico progresista y ecuménico. En esta plataforma comunicacional jugó un papel clave la Asociación Mundial para la comunicación cristiana (WACC por sus siglas en ingles), fundada en 1895, con una influyente participación de comunicadore/as y organizaciones evangélicas latinoamericanas.

En contraste con el modelo anterior, esta plataforma de comunicadores postulaba una mirada de la comunicación desde la construcción de comunidad y el reconocimiento de la otredad. Carlos Valle, pastor metodista y ex secretario general de la WACC, lo expresa de este modo:

⁴ Declaración de la cumbre de COICOM. 2013, Paraguay.

La comunicación, incluido el empleo de medios masivos y alternativos, puede llevar a las comunidades a reavivar el espíritu comunitario porque el modelo de comunicación autentica es abierto antes que unidireccional y excluyente. Por lo tanto, la comunicación debe crear comunidad. La comunicación autentica no puede realizarse en un clima de visión, alienación, aislamiento y superación que perturba la interacción social (Valle, 2002:2).

En 1984, la WACC elaboró un documento en el que planteó que

la comunicación juega un papel importante tanto en la construcción de la paz, la seguridad y el sentido de identidad, así como en la promoción de la justicia, la responsabilidad mutua y la transparencia. La comunicación, cree la WACC, contribuye al bien común. Esta convicción ha llevado a la WACC a formular siete principios sobre los cuales fundamentar su trabajo: a) La comunicación es un ejercicio espiritual; b) La comunicación construye y crea comunidad; c) La comunicación aumenta la participación; d) La comunicación promueve libertad y exige responsabilidad; e) La comunicación celebra la diversidad cultural; f) La comunicación construye vínculos; g) La comunicación afirma la justicia y desafía la injusticia (Valle, 2010:29).

Dennis Smith, ex presidente de la WACC en América Latina, plantea lo siguiente:

La esperanza de la WACC era que los Principios Cristianos de la Comunicación retaran a sus miembros a “desasociarse de las estructuras de poder que mantenían a los pobres en una posición de sobrevivencia” y promovieran una “reconciliación genuina mediante la cual la dignidad de todas las personas pudiera ser reafirmada.” El objetivo era, también, alentar a los miembros a contribuir, como personas de fe, en los debates que emergían en esa época por los derechos a la comunicación y la ética de la comunicación, así como sumarse a la defensa de la verdad y la justicia en un mundo donde la información y los sistemas de comunicación a veces sostienen un status quo injusto (Smith, 2012:4).

Desde esta concepción de la comunicación, la WACC contribuyó al desarrollo de iniciativas de evangelización y proyectos de servicio y desarrollo enfocados no solo hacia la iglesia, sino también hacia otros sectores de la comunidad. Esta entidad se constituyó no solo en un patrocinador de proyectos de comunicación, sino también en un movimiento de comunicadores y comunicadoras que desde sus experiencias promovieron los principios mencionados líneas arriba.

Ligados a esta plataforma, diversas organizaciones y redes desarrollaron esfuerzos de capacitación, movilización e incidencia pública en diversos países de la región. A nivel regional, registramos la contribución de iniciativas, como el programa de pastoral de la comunicación del Centro Evangélico Latinoamericano de Estudios Pastorales (CELEP), el Departamento de Comunicación del Consejo Latinoamericano de Iglesias, Luteranos Unidos en Comunicación (LUC). Estas dos últimas, junto a otras organizaciones eclesiológicas protestantes, constituyeron en 1993 la Agencia Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (ALC), un servicio periodístico de información sobre el quehacer de las iglesias y organizaciones cristianas, especialmente del movimiento ecuménico. Los patrocinadores de esta agencia sostienen que

El principio básico es la fidelidad a los valores del Reino de Dios. Dentro de esta perspectiva, la agencia afirma su compromiso con la verdad, la defensa de la vida, la vigencia de los derechos humanos y el imperio de la justicia. Procura la

afirmación de los valores democráticos, la equidad de género, la superación de la violencia y el respeto a las diferencias. Busca contribuir a la democratización de la información y defiende el derecho de la ciudadanía a la información veraz⁵.

Mediatizaciones en el escenario actual: Las apropiaciones de lo público

El escenario contemporáneo da cuenta de un giro interesante tanto por parte de conservadores como no conservadores, reflejando una notable transición hacia la apropiación mediática de lo público, en el que se enfatiza una mayor presencia en los contextos que se construyen más allá de la sociedad eclesial, entre la sociedad civil y la sociedad política.

En el caso de los grupos vinculados al conservadurismo evangélico, se observa que –en su afán por obtener una presencia pública significativa, trascender la marginalidad e incidir en las esferas de poder –han empezado no solo a interesarse por el debate público en torno a determinados problemas sociales sino también a re-crear sus estrategias de evangelización y relacionamiento con actores de la sociedad política y la sociedad civil, generando nuevas maneras de levantar su voz públicamente, así como también incorporando en sus ritos y celebraciones religiosas el tratamiento de los temas y problemas que aparecen en la agenda pública.

La aparición pública de estos actores evangélicos no se reduce solo al espacio de los tradicionales programas radiales y televisivos confesionales. Su estrategia comunicacional incorpora hoy acciones que conllevan a una presencia significativa e impacto público a través de los medios masivos de comunicación. En ese mismo sentido, observamos no solo una presencia cada vez más frecuente de liderazgos evangélicos en espacios mediáticos no evangélicos, sino también una reactualización de sus rituales, sacándolos del recinto eclesiástico para representarlos en espacios de legitimidad pública más amplia, estableciendo niveles de diálogo con otros actores que se mueven en los territorios no necesariamente religiosos.

Aun cuando conservan su estrategia comunicacional proselitista y conversionista, la mayoría de los grupos conservadores consideran a los medios ya no solo como instrumentos para la difusión mecánica de sus creencias, sino como espacios para construir su legitimidad pública, desde los cuales buscan visibilizar sus prácticas y discursos, interactuar con otros actores de la sociedad secular, así como incidir en los espacios de poder. A este punto, es importante mencionar que la concepción de la “incidencia pública” que se construye desde este sector se reduce a la búsqueda de la legitimidad de la actoría institucional más allá de las fronteras eclesiásticas y el abordaje público de aquellos problemas que no necesariamente corresponden al bien común, sino a una agenda religiosa determinada.

Desde esta intencionalidad, observamos una activa actuación pública de estos sectores, desplegando estrategias comunicacionales usando los medios y tecnologías modernas, movilizándose en otras plazas, opinando y debatiendo no solo desde sus propios medios de comunicación sino también desde los medios masivos influyentes en la sociedad más amplia e interactuando con actores no religiosos. Estas estrategias están basadas en aquella idea por la cual

⁵ Tomado de: <http://alc-noticias.net/es/quienes-somos/valores-corporativos/>

se asume que interacción con los «legitimadores públicos» es el mejor camino para obtener legitimidad en la esfera pública y no quedarse en la marginalidad o seguir en el lugar del “otro religioso”.

El estudio que realizamos en el Perú respecto a la emergencia pública de liderazgos evangélicos vinculados al conservadurismo evangélico en el Perú da cuenta de una variedad de actores evangélicos que aparecen compitiendo para obtener legitimidad no solo con otros agentes de la sociedad civil sino también entre las propias representaciones evangélicas (Pérez, 2009).

En este caso observamos que, a diferencia del pasado, la estrategia proselitista de estos grupos ya no se reduce solo a la prédica del cambio personal o individual. Más bien, este concepto individualista de la conversión empieza a ser re-significado, sacrificándolo, pero solo circunstancialmente por el discurso de la influencia en la agenda pública. Sin embargo, esto no implica una renuncia a la tradición conversionista que ha marcado la identidad de importantes sectores en el campo evangélico. Se trata de un reposicionamiento estratégico para ganar legitimidad y reconocimiento en la esfera pública.

En contraste, aquellos grupos vinculados a las comunidades evangélicas ecuménicas plantean la inserción en lo público a partir de la participación en iniciativas de la sociedad civil, bajo la asunción y la comprensión de un tipo de espiritualidad que se conecta con la defensa de los derechos y la afirmación de la ciudadanía, a través de la cual se asume la perspectiva de la pertenencia activa de los “agentes de fe” a la comunidad política. Esta es una noción integradora, porque vincula las expectativas individuales con las demandas sociales y el quehacer colectivo con las lógicas subjetivas de la intervención ciudadana. Asimismo, demanda no solo la exigencia de los derechos, sino también la asunción de los deberes. (Cortina, 1997).

Abrazando esta perspectiva de la comunicación pública, encontramos hoy en la región diversas experiencias ligadas a las comunidades evangélicas, que –a diferencia de la tendencia anterior –asumen la incidencia pública desde una perspectiva ética de la acción política. En ese sentido, lo que se observa es que estos grupos participaron en iniciativas de la sociedad civil a partir de la asunción y la comprensión de un tipo de espiritualidad que se conecta –como sostiene Boaventura de Sousa Santos – con la defensa de los derechos y que asume que el Dios que sostiene dicha espiritualidad se indigna ante las opresiones, la violación de los derechos y las restricción de las libertades que impiden a los ciudadanos convertirse en sujetos y experimentar el mundo como cosa propia (Santos, 2014).

En esta misma línea, a diferencia de los grupos que se ubican en la primera tendencia – que conciben la esfera pública como un campo estratégico para conquistar el espacio público y abrazarse con el poder político a cualquier costo–, este sector asume lo público como la esfera desde la cual es posible sumarse a esfuerzos ciudadanos más amplios que buscan generar determinados cambios estructurales que contribuyan a crear una sociedad en el que la justicia y la defensa de la dignidad humana se constituyan en pilares importantes.

Desafíos desde el legado comunicacional de la Reforma

¿Cuáles son los desafíos que nos plantean los principios y prácticas que inspiraron la Reforma Protestante en un contexto en el que diversos sectores de la comunidad protestante desarrollan estrategias de comunicación con miras a trascender las cuatro paredes de la iglesia para construir influencias, presencias o incidencias en la esfera pública? Me gustaría plantear

algunos desafíos desde una comprensión de la comunicación que no se reduce a la instrumentalización mediática de las relaciones y las interacciones, sino que plantea la construcción de sentidos de comunidad y reconocimiento del otro en el ámbito de lo público⁶.

Construir una pastoral de la comunicación para una ciudadanía activa

La perspectiva de la ciudadanía constituyó uno de los aspectos medulares en la propuesta reformadora de Lutero.

La reacción de Lutero como educador puede estar sintetizada por su movimiento de motivación y promoción de la superación de la conciencia ingenua por una conciencia crítica en relación a los textos sagrados, en el contexto de la vida social y política en la que estaba inmerso. Su concepción reformadora buscaba promover el discernimiento y la capacidad crítica e interpretativa en las personas a través de las Escrituras Sagradas, las cuales cumplirían el papel de ejes que viabilicen mejor la relación entre las personas y su actuación comprometida y responsable con la vida (Figuroa, 2013:43).

La propuesta de Lutero nos desafía a incorporar en nuestros discursos, proyectos y prácticas de comunicación aquella intencionalidad pedagógica que rompe con la concepción del receptor pasivo para construir interlocutores con conciencia crítica. Este es precisamente el modelo que construyó Jesús en su práctica pastoral. Su pedagogía comunicacional no consistió en una estrategia evangelizadora basada en la aplicación vertical de preceptos o en el adoctrinamiento que tienden a la anulación del discernimiento y la apropiación reflexiva y crítica de aquello que se comunica o se comparte, ni en la difusión de un conjunto de verdades doctrinales que invitan a ser aceptadas ciegamente.

Por el contrario, Jesús desarrolló su ministerio de evangelización desde la lógica del diálogo, el reconocimiento y la valoración del otro, permitiendo que las personas expresaran sus ideas, temores y discrepancias. La propuesta misiológica de Jesús se sostiene en, lo que el Pablo Freire ha llamado, la pedagogía de la pregunta, que lleva a la construcción del puente entre la Palabra y la vida, la fe y la memoria cotidiana, la espiritualidad y el quehacer humano. Por lo tanto, la pedagogía de Jesús trasciende la lógica del adoctrinamiento proselitista y la comunicación despersonalizada y descontextualizada del evangelio.

Esta perspectiva, implica el acto de cruzar las fronteras comunicacionales para transitar no solo entre los diversos medios y espacios de comunicación, sino fundamentalmente entre la pluralidad de sujetos para construir nuevos diálogos e intercambios. Parafraseando a John Mackay (1956), diríamos que necesitamos construir una comunicación del camino, que implica la “desbalconización” y la “desproselitización” de la evangelización.

Esto exige la construcción del encuentro y el diálogo comprensivo con aquellos con quienes transitamos cotidianamente más allá de las cuatro paredes de los círculos religiosos. Esta perspectiva contrasta con la lógica de aquellos religiosos integristas que, cuando sus creencias son amenazadas, buscan imponer a cualquier costo su visión etnocéntrica del mundo. En esta

⁶ “Estamos hablando de la comunicación como interacción social, a través de la cual se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción también colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura....En este sentido la comunicación es por lo tanto soporte de la relación productiva, fundamento de la institucionalidad y de la ciudadanía” (Uranga, 2007).

línea, la construcción de una ciudadanía activa desde nuestros medios y espacios de comunicación implica construir una teología de la comunicación que alimente no solo la utopía de la esperanza por una mejor sociedad, sino también que ayude a (re)activar aquellas prácticas ciudadanas de resistencia a –lo que Habermas (1999) llama –la colonización de la vida cotidiana.

Este enfoque nos invita a repensar el valor de la alteridad y la otredad en nuestras prácticas comunicativas, que implica construir un discurso ético pensado no sólo desde nuestros presupuestos políticos, teológicos o culturales, tradicionalmente institucionalizados. Hace falta recrear, repensar y afirmar nuestros discursos de evangelización desde la interacción con los diversos actores de la sociedad, tomando en cuenta los nuevos lenguajes y relatos que la gente usa para expresar y canalizar sus demandas y propuestas.

En ese sentido, necesitamos fortalecer nuestras capacidades políticas para aprender a transitar en medio de las nuevas pluralidades y aprender a incorporar en nuestra agenda las reivindicaciones de los otros, lo cual supone desarrollar una actitud de escucha y valoración respetuosa de lo diverso. Aquí es importante volver nuestra mirada a la gente, a los nuevos espacios desde los que los ciudadanos y ciudadanas abordan sus dilemas, sus imaginarios y esperanzas, para plantearnos preguntas, como: ¿Quiénes son los interlocutores de nuestra comunicación hoy?, ¿Desde qué fronteras y matrices culturales construyen sus prácticas ciudadanas?, ¿Cuáles son sus nuevos espacios de mediación?, ¿Cuáles son sus nuevos sueños, sus nuevas utopías, sus nuevas creencias?

Pasar de la influencia efectista a la incidencia pública profética

Uno de los principios de la comunicación cristiana postulada por la WACC plantea que la comunicación cristiana debe afirmar la justicia y desafiar la injusticia. Esto implica que

los y las comunicadores deben denunciar los abusos de los poderosos porque esperan crear comunidad en un mundo donde otros buscan dividir. Promueven la participación y la libertad donde otros buscan esclavizar y silenciar; apoyan y defienden la dignidad humana donde otros buscan destruirla. Los y las comunicadoras cuestionan al poder porque aquellos que lo buscan siempre, en todo tiempo y lugar, se arriesgan a ser seducidos por el poder mismo. Cuando eso pasa, el poder se convierte en un agente de muerte. Si los y las comunicadoras quieren servir al Dios de la Vida, deben afirmar la justicia y luchar contra la injusticia (Smith, 2012:6).

Este planteamiento tiene una cercana conexión con varias de las ideas que inspiraron precisamente a la Reforma Protestante. Michael Walzer sostiene que el calvinismo creó un nuevo hombre político, un activista radical y disciplinado.

Walzer afirma que podemos hablar de tres causas para la existencia del Estado según Calvino: primero, la causa que lo provoca: el hecho del pecado; segunda, la causa eficiente: la gracia divina y tercera, la causa final: la preservación de la gracia divina. La Iglesia tiene dos responsabilidades hacia el Estado: orar por las autoridades y mantener diligencia con relación a los abusos del poder. En términos de Biéler (2005: 260) “la tarea especial de la Iglesia con relación a las autoridades consiste en recordarles diligentemente el significado divino del oficio que ejercen, y advertirles explícitamente contra los abusos de su poder y cualquier debilidad o injusticia que ellos cometan o toleren. Este es uno

de los elementos fundamentales de la misión profética de la Iglesia” (Roldan, 2009:40).

Pero, en esta línea los impulsores de la denominada Reforma radical dejaron un legado inspirador para repensar la acción pastoral desde las comunidades de cara a desarrollar incidencias públicas verdaderamente proféticas. Precisamente, los reformadores radicales fueron motivados por el deseo de ver amplias reformas, que generen cambios más allá de los ámbitos de institucionalidad eclesiástica. Este sector de los reformadores, asumieron una postura radical de cuestionamiento y sospecha ante toda estructura gubernamental o estatal que pretenda manipularlos o dictarles principios morales, espirituales o políticos (Álvarez, 2014).

Un ejemplo de la acción profética ligada a esta corriente de la Reforma la podemos apreciar en la obra de los Menonitas, quienes formaron comunidades de servicio y testimonio e iglesias, radicalmente opuestas a la violencia con su pacifismo radical, contribuyendo a generar transformaciones en el campo de la educación, la salud, las comunicaciones, así como brindando apoyo a los denominados objetores de conciencia a la guerra. “Su ética de discipulado radical los mantiene como comunidades de resistencia y testimonio en muchos lugares de mundo. Han producido un pensamiento teológico crítico y profético, participando en esfuerzos ecuménicos que propicien la paz con justicia.” (Álvarez, 2014).

Precisamente, uno de los desafíos pastorales para las comunidades de fe de este tiempo pasa por desarrollar estrategias de incidencia pública que trasciendan la lógica de la construcción de aquellas incidencias que se construyen desde la perspectiva de la afirmación de las agendas religiosas exclusivistas, para inaugurar una lógica de la acción comunicativa que conciba la importancia de abordar los problemas sociales y contribuir a las transformaciones estructurales junto y en diálogo con otros actores de la sociedad, respondiendo –como diría Míguez Bonino (1983)– a aquel imperativo profético que se traduce en el interés y la responsabilidad por dar forma a una sociedad sana y humana.

Esto implica construir una comunidad de cristianos y cristianas que estén dispuestos a insertarse en los espacios y movimientos que se construyen desde las fronteras y veredas ecuménicas y ciudadanas más amplias. Aquí necesitamos revisar nuestras propias prácticas para reconocer, por un lado, que nuestros propios movimientos, especialmente aquellos que han logrado construir un discurso más ciudadano, más profético, no logran aún transitar fluida y cotidianamente en las veredas no eclesiásticas e insertarse en aquellos espacios donde las resistencias y las protestas se construyen aprendiendo a convivir con lo diverso.

Por otro lado, tenemos que reconocer que muchas de nuestras campañas de comunicación e incidencia aún se quedan en el plano de la concientización a los convencidos, pero adolecen de una incidencia pública en las instancias en donde se toman aquellas decisiones que afectan a todos los ciudadanos y ciudadanas.

Aquí es importante advertir que esto demanda una permanente y estratégica inserción en los espacios y procesos que se construyen desde la sociedad civil, así como en aquellas instancias estatales desde las que se conciben y desarrollan las políticas públicas. Esto requiere construir puentes permanentes de diálogo con los otros actores públicos. Por lo tanto, el esfuerzo por salir del gueto religioso para insertarse en la esfera pública, requiere el desarrollo de una pastoral de la ciudadanía (Sinner, 2007, 2009) que implique el involucramiento de los miembros de nuestras comunidades de fe en los procesos ciudadanos proféticos. Lo cual implica reconocer que las iniciativas proféticas se construyen no solo desde la iglesia, por lo que el desafío de las colectivas

redes y comunidades de fe es el de construir caminos y proyectos con los aquellos actores que no necesariamente se mueven en la vereda religiosa.

Esto supone, por un lado, construir un liderazgo público, propositivo, dialogante y ecuménico, que exige –por un lado –que las iglesias y organizaciones cristianas generen sus propios espacios internos de diálogo y de discusión sobre las implicancias públicas y la trascendencia política de sus prácticas pastorales o misiológicas.

Por otro lado, esto significa, en muchos casos, repensar las estrategias de relación con los liderazgos sociales influyentes y los tomadores políticos de decisión. Adicionalmente, esto implica la construcción de nuevos códigos y lenguajes de comunicación, así como nuevas maneras de interactuar y leer la realidad.

Desde esta perspectiva, la acción comunicativa de las comunidades de fe puede generar procesos liberadores trascendentes, especialmente en aquellos contextos marcados por la exclusión, en donde los ciudadanos y ciudadanas de a pie se ven interpelados por aquellas realidades en el que conviven con sistemas y culturas opresivas, generadas por aquellos poderes legitimados como consecuencia, entre otras razones, por las ausencias y silencios proféticos. Aquí es tremendamente inspirador las motivaciones que llevaron a Lutero a sublevarse frente al poder religioso de su tiempo

“El se sublevó, en nombre del evangelio, contra la prepotencia del poder sagrado, contra lo condicionado que usurpó la condición de lo incondicionado, contra lo histórico que se presentaba como divino. El espíritu protestante desenmascara los ídolos religiosos y políticos y rechaza simplemente legitimar el status quo. Todo tiene que entrar en un proceso de conversión y cambio, es decir, liberarse de todo tipo de opresiones para ensanchar el espacio de la libertad para Dios y para la acción libre del ser humano. El principio protestante ayudará a los propios protestantes a liberarse de su rigorismo burgués para apoyarse en el radicalismo evangélico, como lo hizo Lutero (Boff, 1984: 7).

De la relación utilitaria a la comunicación que empodera a los otros

La lógica de la comunicación difusionista desde la que se construyeron los proyectos proselitistas de evangelización concibió a la gente como receptores pasivos de los mensajes. Una propuesta comunicacional desde la perspectiva profética y ciudadana de la misión tiene un doble desafío. Primero, necesitamos pensar nuestros proyectos de comunicación –esto incluye tanto las propuestas mediáticas como las acciones comunicacionales directas –desde la lógica de la inclusión de nuestros interlocutores en el proceso mismo de la concepción y la implementación de los mismos. No es posible construir una estrategia de comunicación desde la lógica de la misión profética si los rostros, las voces y las demandas reales de los sujetos de la misión están excluidos en el proceso o invisibilizados en el discurso.

Esta afirmación tiene que ver con el desafío ético de la misión en la plaza pública, que nos interpela rompe con la lógica de la construcción programas, proyectos o estrategias de comunicación que tienen como intencionalidad central la legitimación de los rostros y marcas institucionales. Se trata, más bien, de construir proyectos de comunicación que visibilicen y empoderen a los otros y otras, especialmente a aquello/as que se encuentran en situación de exclusión y discriminación. De este modo, nuestros esfuerzos por visibilizar las voces de los

sectores tradicionalmente excluidos pueden contribuir a la construcción de una esfera pública plural que deleve todas las desigualdades, que ayude a develar no solo nuestras demandas, sino también los otros conflictos que nos atraviesan como sociedad (Fraser, 1977).

Apuntes finales:

En suma, el legado transformador y liberador de los principios de la Reforma Protestante nos desafía a trascender y superar la lógica difusionista y descontextualizada de la comunicación del Evangelio, alentada en el pasado principalmente por proyectos de evangelización vinculados al “tele-evangelismo proselitista” y el conservadurismo evangélico mediático.

En ese sentido, desde una perspectiva encarnada y humanizadora de la comunicación, necesitamos desarrollar iniciativas pastorales y proyectos misiológicos que:

- Afirman los valores del Reino de Dios desde la perspectiva de la interlocución y el diálogo inclusivo en la esfera pública.
- Visibilicen las voces y rostros de las comunidades y personas excluidas y silenciadas desde el poder político y mediático.
- Impulsen incidencias públicas proféticas, que contrasten con la lógica de la legitimación de agendas religiosas exclusivistas y discriminadoras. Se trata de incidir en las esferas y las políticas públicas para fortalecer la afirmación de la justicia, la promoción de la equidad y la defensa de los derechos.

Esto implica, por un lado, recrear nuevas estrategias de comunicación tomando en cuenta los nuevos sujetos y escenarios que se construyen desde las nuevas redes y medios de comunicación, pero también desde los espacios de mediación social –tanto al interior nuestras congregaciones evangélicas como en la comunidad/sociedad –procurando construir procesos de comunicación a partir del reconocimiento de la pluralidad y la necesidad de afirmar sentidos más amplios y ecuménicos de comunidad.

Referencias:

Alvarez, Carmelo (2014). “La Teología de la Liberación: Perspectivas protestantes, sus implicaciones liberadoras hoy”, Revista digital “Lupa Protestante”.

Assman, Hugo. 1987. *La Iglesia Electrónica y su impacto América Latina*, San José, Costa Rica: Editora DEI. 26.

Balarezo, Iván (2000). “Más allá de la teoría de la conspiración: Identidad de los evangélicos ecuatorianos y comunicación”, Abya-Yala: Quito.

Boff, Leonardo (1984). “Lutero: entre la reforma y la liberación”, Revista Latinoamericana de Teología No. 1(enero-abril, 1984). Universidad centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador.

Bonino, Miguez (1983). *Toward a Christian Political Ethics*, Filadelfia: Forstress Press.

Martin-Barbero, Jesús; Oficio de cartógrafo. *Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile, 2002, ISBN 956-289-032-5, pág. 231.

Cortina, Adela, Ciudadanos del mundo. Una teoría de la ciudadanía. Madrid, Alianza, 1997.

De Feijter, Ineke. 2006. *The Art of Dialogue: Religion, Communication and Global Media Culture*, Berlin: Lit Verlag.

Figeroa, Angela Maria (2013). *Las concepciones sobre educación y ciudadanía en la reforma de Lutero*. Publicaciones No. 43, Sao Paulo.

Gogin, Gina. 1997. *Presencia Religiosa de las Radios Religiosas en Lima*, Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

Habermas, Jurgen. (1999). *Teoría de la Acción Comunicativa*, II. España: Taurus.

Hoover, Stewart M. 1988. *Mass media religion: The social sources of the electronic church*, Beverley Hills, CA: Sage.

Mackay, Juan A. (1956) "Prefacio a la teología", Mexico: CUP.

Parker, Cristian. (2013) "américa Latina ya no es católica?: El incremento del pluralismo cultural y religioso". En Jaime Llambias-Wolff (ed) (2013), *América Latina: interrogantes y perspectivas*, York: York University Bookstore.

Pottenger, John R. *Reaping the Whirlwind: Liberal Democracy and the Religious Axis*. Washington: Georgetown University Press, 2007

Pérez, Rolando (1997). *La iglesia y su misión en la opinión pública en Iglesias, medios y estrategias de evangelización*. Buenos Aires: Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana-América Latina

_____1996. "La cultura de los medios en la ritualidad evangélica". *Signos de Vida*, Consejo Latinoamericano de Iglesias, (CLAI), No 2.

_____ (2015) "New public representations of evangelicals in Latin America: The Peruvian case", In *A Moving Faith Mega Churches Go South*, Jonathan D. James, SAGE Publications.

Quintero, Manuel (1998) "Evangélicos y comunicación en América Latina: una aproximación", Ponencia presentada en el Seminario sobre "iglesia y comunicacion" organizado por la Agencia Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (ALC) en Quito, Ecuador, octubre de 1998).

Roldán, Alberto. (2009). "La ética social y política en Juan Calvino Algunos desafíos para América Latina", *Teología y cultura*, año 6, vol. 11 (2009)

Santos, Boaventura de Sousa (2014). "Si Dios fuese un activista de los derechos humanos", Madrid: Editorial Trotta.

Smith, Dennis (2005) "Televisión religiosa en Guatemala: La experiencia pentecostal", En: *Revista Vida y Pensamiento*, Universidad Bíblica Latinoamericana. Volumen 25, No. 2, Costa Rica.

Silveira Campos, Leonildo (2005) "Os evangélicos e os desafios da montagem de uma mídia religiosa televisiva no Brasil contemporâneo", en: *Revista Vida y Pensamiento*, Universidad Bíblica Latinoamericana. Volumen 25, No. 2, Costa Rica.

Smith, Dennis A. & Adolfo Ruiz (1987). Impacto de la programación religiosa difundida por los medios electrónicos en la población cristiana activa de América Central en *Pastoralia*. San José, Costa Rica: CELEP. 18(1987), 129-161.

_____ (1990). The Gospel According to the United States: Evangelical Broadcasting in Central America en *American Evangelicals and the Mass Media* (Schultze, ed.) Grand apids: Academie Books.

_____ (2001), “Religion and the Electronic Media in Latin America: A Review”. Ponencia en Meeting of the Latin American Studies Association, Washington DC, September 6-8.

_____ (2012). “Iglesias, ecumenismo y comunicación”, ponencia presentada en la XI Conferencia Brasileira de Comunicación Eclesial (Eclesiocom), Universidad de Sao Paulo, Brasil.

Schultze, Quentin J. (1987). The Mythos of the Electronic Church in *Critical Studies in Mass Communications*. 4(1987), 245-261

Sinner, Rudolf von. Brazil: From Liberation theology to a theology of Citizenship as Public Theology1 *International Journal of Public Theology* 1 (2007) 338–363.

_____ Towards a Theology of Citizenship as Public Theology in Brazil, *Religion & Theology* 16 (2009) 181–206.

Valle, Carlos (2002) “Comunicación y Misión: En el laberinto de la Globalización”, CLAI-WACC: Quito.

Valle, Carlos (2005) “Religión y medios: Orígenes e implicancias de la religión comercial”, en: *Revista Vida y Pensamiento*, Universidad Bíblica Latinoamericana. Volumen 25, No. 2, Costa Rica.

Valle, Carlos (2010) “Comunicación y pastoral”, *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, No. 112, Quito, Ecuador.

Uranga, Washington (2007). “Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales”. 2007. En sitio web <http://ces.unne.edu.ar>.

Walzer. Michael (2008). “La revolución de los santos: Estudio sobre los orígenes de la política”, Katz editores: Argentina.