
DOCUMENTOS

Iniciamos con este trabajo de Jerry O'Sullivan , una serie de documentos relacionados con el fenómeno de la Iglesia Electrónica. Aunque estrictamente hablando éste es estadounidense , su expansión a través de la difusión vía satélite y sus intermediarios locales en América Latina , amenaza la unidad cultural que se ha mantenido en torno del catolicismo dominante.

*En los dos próximos números de **Comunicación**, publicaremos los trabajos: "Evangelizar por satélite: Lumen 2000" de Héctor Borrat y " La Iglesia Electrónica : no basta señalar escándalos" de Hugo Assman, respectivamente.*

LA IGLESIA ELECTRONICA

Jerry O'Sullivan Ryan

INTRODUCCION

Los últimos veinte años han visto cómo la tradición fundamentalista evangélica está ganando un nuevo impulso, no sólo en los Estados Unidos, donde se encuentra su forma más característica, sino también en Europa y, últimamente, en América Latina. Uno de los indicadores más dramáticos de la creciente importancia de los fundamentalistas, es la presencia dominante de los predicadores evangélicos en los medios masivos de comunicación y la impresionante adaptación del formato revivalista al medio televisivo. La que había sido considerada como una tradición minoritaria en el Cristianismo, restringida a zonas bíblicas, generalmente rurales, entre grupos con una sala o parte de una casa como iglesia; ahora está ubicado en el escenario central, debido básicamente a la proyección de su imagen en los medios.

Crece una preocupación por la nueva ubicación del fundamentalismo evangélico, no sólo por su efecto sobre la cultura religiosa del cristianismo, sino también por su impacto en la cultura nacional de países donde el cristianismo es un factor significativo en la vida nacional. Gradualmente los predicadores fundamentalistas dominan en la programación religiosa en los medios, no sólo en los EE.UU. donde más del noventa por ciento de toda la programación religiosa es controlada por ellos, sino también en América Latina, en América Central, Brasil y otros países. Esto quiere decir que nos está llegando una nueva cultura religiosa; con gran po-

der en los medios y con tendencia a influenciar cada vez más toda la cultura religiosa cristiana. El avance del movimiento de renovación carismática en la Iglesia Católica y en la liturgia de otras iglesias cristianas tradicionales, es sólo un ejemplo. Además la presencia cada vez más visible de esta nueva tendencia también significa que interactuará más directamente con las actividades políticas, económicas y socioculturales a nivel nacional, apoyándose en muchos de los valores de la cultura nacional, a la vez que refuerza estas tendencias. En los EE.UU. la Nueva Derecha (la Mayoría Moral como se llama) representada en las fuerzas políticas que llevaron al Sr. Reagan a la presidencia, vió claramente la importancia de los grupos religiosos fundamentalistas y los incorporó a la unión de la Nueva Derecha como parte de una base popular.

¿QUE SE ENTIENDE POR IGLESIA ELECTRONICA?

Se designa así a un fenómeno peculiar y característico de la realidad norteamericana: el intenso y creciente uso de los medios electrónicos, especialmente de la TV, por dirigentes religiosos, casi siempre fuertemente personalizados y relativamente autónomos, en relación a las denominaciones cristianas tradicionales. Son justamente los super-astros de la TV. Por el tipo de mensaje de salvación, con énfasis en la salvación individual, son también llamados "super-salvadores". Es cierto que ellos también utilizan muchísimo la radio. Pero lo que más los define es su imagen de tele-evangelistas.

Algunos autores rechazan el término "Iglesia Electrónica" y prefieren llamarlo la "Religión Comercial", porque en realidad se trata de la comercialización de una doctrina religiosa, a través de difusión masiva. Además, la mayoría de estos programas religiosos se guían por el modelo publicitario. La publicidad acostumbra estar montada sobre el siguiente esquema: clima de sugestión-identificación de una "necesidad" no suplida, presentación de la "respuesta" -acto de compra. Es importante resaltar que esa terminología no apunta sólo, en primer término, a denunciar las técnicas de consecución de fondos por los agentes evangelistas. Es la propia mercancía de "salvación" la que es presentada en una secuencia publicitaria. También se conoce como un "mesianismo electrónico" porque incluye promesas de curaciones espectaculares, los milagros y la salvación.

¿COMO FUNCIONAN LOS GIGANTES ELECTRONICOS RELIGIOSOS?

Los tele-evangelistas norteamericanos han creado verdaderos imperios electrónicos. Cada tele-evangelista, con acentuada autonomía, construye su propia base de tele-difusión, con gigantescas infraestructuras, inter-conexión de estaciones propias, convenios firmes con estaciones de retransmisión, horas o días enteros de acceso garantizados a satélites, organizaciones propias de TV por cable con múltiples convenios con otras organizaciones, sofisticados centros de producción de programas, incluyendo doblajes a diversas lenguas, nexos con redes radiofónicas y hasta universidades propias. Todo este poderío, centralizado en la conducción casi autocrática de tele-evangelistas individuales.

Por otra parte, es importante indicar que en el contexto de la operación de los medios electrónicos en los EE.UU. la libertad de difusión queda enteramente condicionada al poder económico, bien sea de los dueños de los medios, bien sea de

quienes disponen de suficiente dinero para comprar espacios. La Comisión Federal de Comunicaciones "desreglamento" en el inicio de los años 60, lo poco que todavía quedaba de carácter público de los medios electrónicos, limitando al mínimo los servicios obligatorios. Quedaron así prácticamente anulados los espacios disponibles para los programas religiosos gratuitos.

Es comprensible que, situados en el contexto de completa mercantilización y férrea competencia, los tele-evangelistas se sirvan de todas las alternativas que se les ofrecen. Partiendo, en la mayoría de los casos, de la adquisición de modestas estaciones locales y de la compra de espacio en cadenas regionales, algunos de ellos fueron construyendo sus propios imperios televisivos. Sólo algunos prefirieron atarse al esquema de adquisición de espacios en estaciones ajenas, montando únicamente estudios propios de producción. Las sumas de dinero necesarias para una u otra alternativa son realmente fantásticas. Es imposible llegar a tener tanto poder financiero mediante programas de emisión puramente local.

Faltará explicar mejor el lujo, el refinamiento y las dimensiones faraónicas de las bases de operación de las grandes cadenas televisivas atadas prácticamente al poder de tele-evangelistas individuales. La CNB (Cristian Broadcasting Network) controlada por pat Robertson, pre-candidato republicano para las elecciones en los EE.UU. este año, es hoy la cuarta red mayor en ese país.

¿COMO OBTIENEN RECURSOS ECONOMICOS LAS IGLESIAS ELECTRONICAS?

Estimaciones conservadoras señalan que los ingresos anuales de los más importantes tele-evangelistas pasan de los mil millones de dólares cada año. Una suma verdaderamente astronómica. Los tele-evangelistas tienen una variedad de estrategias financieras y sólo mencionaré seis de las mismas.

La Venta del espacio sagrado: Los predicadores solicitan las contribuciones a lo largo de sus programas ("Qué Dios les bendiga en sus cuerpos, en sus espíritus y en sus finanzas"). Los contribuyentes envían donaciones para construcciones. Entran en esta categoría todas las campañas específicas realizadas por los tele-evangelistas para conseguir los medios financieros necesarios para levantar sus gigantescos centros televisivos. Por ejemplo, la Torre de Oración en Tulsa, La Catedral de Cristal, Heritage USA, etc.

La Venta de tiempo de oración: Se le garantiza a los tele-espectadores que una determinada fracción de tiempo les será dedicada como "atención a su caso personal". No se trata sólo de la eventual referencia nominal a los casos individuales durante el programa, lo que sólo es posible limitadamente. Se incluyen en esta categoría todos los demás tipos de atención individual que los tele-evangelistas prometen a sus oyentes, ya sea dentro o fuera del programa.

La Invitación para entrar al Club: Consiste en la creación de una asociación de contribuyentes regulares (Club 700, PTL, etc.). Los nombres pasan a una lista de cadena perpetua de oración.

Venta de objetos religiosos: Es la industria "sacramentalista" del amuleto souvenir y toda clase de barajitas. Uno comercializa medallas con versículos bíblicos, otro vende pañuelos con la impresión de su mano sanadora; distintivos, prendedores, adhesivos de certificados de socio, cassetes que registran las últimas revelaciones personales recibidas de Dios, Agendas Biblias y una famosa llave que da acceso al "Banco de Dios".

Los llamamientos personales que simulan Intimidad: Se intenta, y

de hecho se logra, crear la ilusión de un contacto personal con el evangelizador. El Predicador pide que el tele-espectador no tema confesarle cualquier problema, a través de cartas o llamadas al estudio, y promete pronta respuesta.

De la correspondencia firmada se pasó, en la era de la informática, a una actividad personalizante, en la cual el agente-fetiche es el computador, capaz de muchísimas alternativas y respuestas satisfactorias.

Algunos tele-evangelistas utilizan, como se ve en otros programas de TV, un pequeño ejército de telefonistas, el cual es mostrado en video, y que atiende con sonrisas y mucho cariño cualquier llamada.

Amenaza de tener que suspender el programa: Es la simulación de una crisis financiera que sólo un milagro divino u, obviamente, la generosa contribución de los tele-espectadores podrá resolver. Ha habido hasta amenazas de no comer hasta la muerte si no se consigue el dinero.

Los Tele-Evangelistas Católicos: En general las iglesias tradicionales, incluyendo la católica, tienen un perfil modesto en los medios electrónicos. Algunos estudios, sin embargo, sugieren que un 30 por ciento de los tele espectadores de las Iglesias Electrónicas y un 20 por ciento de sus contribuyentes son efectivamente católicos. Este es el caso de los EE.UU. y la misma tendencia se observa en un estudio recientemente concluido sobre el fenómeno en Centro América.

Por su parte la Conferencia Episcopal Norteamericana estableció su propia red de telecomunicaciones e informática, conocida como CTNA (Catholic Telecommunications Network of America), pero su penetración en 70 de las 170 Diócesis existentes, es aún limitada. La poca aceptación por parte de las Diócesis ha creado serios problemas financieros que amenazan con cerrarla.

Sin embargo hay por lo menos dos personajes católicos que se vinculan claramente con la Iglesia Electrónica. La primera es la Madre Angélica, fundadora y superiora de un monasterio en la zona sur de los EE.UU. (Birmingham Alabama), donde instaló su base de operaciones. Entre las doce religiosas que la ayudan está su propia madre. Un gigantesco taller tipográfico, que presta los más variados servicios comerciales, forma parte del monasterio y ayuda al sostenimiento financiero de su red televisiva "Palabra Eterna". La infraestructura técnica del centro es sofisticada y super actualizada en términos técnicos. La red opera a través de un espacio adquirido en un satélite, durante 4 horas continuas en el horario principal de la noche, durante los siete días de la semana. "Palabra Eterna" se proyecta de un océano a otro, próximamente puede cubrir por satélite toda América Latina y otros continentes.

Al lado de la Madre Angélica, ha surgido otra figura católica que también ha recibido el "Bautismo del Espíritu Santo". Se trata del P. Juan Bertolucci, es franciscano, carismático, con un estilo exuberante, cercano al avivamiento típicamente pentecostal y "evangelical". En su apariencia externa guarda todos los símbolos tradicionales del sacerdote católico, pero el contenido de su predicación es tan acentuatadamente pentecostal y ligado al énfasis primordial de la salvación individual y al "Bautismo en el Espíritu Santo", que muchos lo llaman el "Billy Graham Católico". El P. Bertolucci mantuvo durante un tiempo un programa televisivo con cobertura nacional, como también un programa radiofónico de igual alcance pero el año pasado cuando estalló la crisis del tele-evangelista Jim Bakker con su Club PTL (Gente que Ama) bajaron notablemente las contribuciones financieras de los tele-espectadores y uno de los primeros programas que fracasó fue el "Gloria a Dios" del P. Bertolucci.

El P. Bertolucci está vinculado también a una iniciativa católica que pretende

transmitir programas religiosos a toda América Latina en el futuro próximo. Se trata de LUMEN 2000, institución situada en Dallas Texas y vinculada a los carismáticos católicos.

Con esta breve presentación de lo que es la "Iglesia Electrónica" quisiera pasar ahora a unas consideraciones en torno a la televisión religiosa como tal: ¿Quién la ve?, los telespectadores son personas de práctica religiosa o viven alejadas de la Iglesia y ¿qué relación hay entre ver televisión religiosa y asistencia a una iglesia local?

¿QUIEN VE TELEVISION RELIGIOSA?

Para esta parte de mi trabajo me apoyaré en las investigaciones realizadas por un pastor metodista e investigador en la comunicación, Peter Horsfield.

Según Horsfield entre 19 y 36 millones de norteamericanos (24 por ciento de la población total) ve por lo menos una hora de programación religiosa cada semana.

En esta audiencia la cantidad de mujeres duplica a la de hombres y dos tercios tienen más de 50 años de edad. Los programas religiosos y particularmente los programas más tradicionales de las sectas, pierden audiencia entre personas con mejor nivel educativo. La gente mejor educada, prefiere programas religiosos más educativos e informativos.

Entre los factores más importantes que determinan la aceptación de programas televisivos religiosos, está el grado de interés en religión y la afiliación a una iglesia. Los protestantes ven más programas que los católicos. Personas que leen la Biblia, que practican ejercicios religiosos, o que hayan tenido una experiencia de conversión, tienden a ver los programas religiosos con más frecuencia.

En definitiva, los programas religiosos en la TV encuentran su audiencia entre personas vinculadas a iglesias con una perspectiva fundamentalista y pietista.

¿SE EVANGELIZAN A QUIENES NO PRACTICAN?

Una de las afirmaciones que más frecuentemente se oye de los tele-evangelistas es que su objetivo consiste en llegar y convencer a quienes no van a una iglesia y a los no evangelizados. Sin embargo, las investigaciones hechas no comprueban esta afirmación. Menos del 20 por ciento de los que ven los programas religiosos son personas que no van a una iglesia.

Incluye también personas que tienden a ser tele-espectadores que ven mucha televisión, sin importar su contenido. También un sector formado por personas con un fuerte interés en la religión, pero que no asisten a una iglesia y, finalmente, personas que no pueden asistir a una iglesia debido a su edad o enfermedad.

En términos generales, el medio televisivo y los programas religiosos son en particular (tal como se presentan en la actualidad por lo menos), tienen una capacidad limitada para alcanzar a los grupos más alejados de la religión: adolescentes y hombres jóvenes, personas con niveles educativos elevados, los que se mantienen muy ocupados e indiferentes a las cosas religiosas. No hay pruebas que demuestren cambios actitudinales profundos y amplios a través de los programas religiosos de la radio y TV. La impresión que se da de grandes números de conversos o un retorno de gran cantidad de personas hacia la Iglesia, sólo tiende a exagerar la realidad.

Los que sí responden son personas que siempre han considerado una práctica religiosa activa como una opción viable en la vida. Para quienes no van a un igle-

sia, una de las funciones más importantes de las transmisiones religiosas consiste en mantener, como una opción viable, una participación en una iglesia, opción que se podría transformar en realidad a través del contacto personal directo o una invitación personal.

Para la inmensa mayoría de los usuarios de los programas religiosos, su función no es la conversión, sino una fuente de inspiración, compañerismo y consejo para cristianos activos, especialmente aquellos con una fuerte tradición fundamentalista. Se trata de una alternativa de la "lectura espiritual" para los usuarios continuos de la TV. Por otra parte el contenido de la mayor parte de los programas actuales no va dirigido hacia el comportamiento ético o teológico de los tele-videntes. Los programas pueden reafirmar emocionalmente, pero no exploran o cuestionan ideas de lo que significa ser un cristiano moderno.

¿LAS TRANSMISIONES AUMENTAN LA ASISTENCIA A LAS IGLESIAS?

Los tele-evangelistas insisten en que ellos apoyan o complementan el trabajo de las iglesias locales, al aumentar los niveles de motivación y asistencia y al ayudar a las personas con problemas espirituales que no son atendidas por el clero o el pastor a nivel local.

En general, no existe evidencia que compruebe que los programas cristianos aumentan la incorporación en las iglesias locales de nuevos miembros.

Cuando existe una relación entre un aumento en la práctica religiosa y los programas televisivos religiosos, el factor fundamental consiste en el seguimiento a través de las visitas y contactos personales. Los consejos que se dan a través de los programas religiosos y la correspondencia o llamadas telefónicas pueden ayudar en algunos casos. Pero en general tiende a ser un tanto superficial y puede llevar a los alienados y solitarios a alejarse del contacto directo, interpersonal, de sus amistades, pastores o consejeros competentes.

En realidad la contribución primaria de los programas religiosos no se orienta hacia la conversión o un aumento en la asistencia a una iglesia, sino en crear una conciencia del valor de la fe cristiana como una opción de vida, en dar mayor visibilidad de unas iglesias por encima de otras, y en dar a los miembros de ciertas tradiciones cristianas, mayor reconocimiento y cobertura.

Los programas de tele-evangelistas como Jimmy Swaggart, PTL, Club 700, etc., que se ven actualmente en los canales de televisión venezolanos, apoyan y refuerzan el trabajo de sus sectas y suscitan en los católicos practicantes preguntas como: ¿Por qué los protestantes tienen programas tan buenos por la TV y los católicos no tenemos nada?

Llegamos ahora a unas consideraciones básicas (cinco en total) que tienen que ver con una nueva cultura religiosa que parece desarrollarse. El avance de las sectas está interrelacionado e interconectado con el momento histórico que vivimos y con una nueva cultura religiosa que parece asomarse. Su desarrollo va a ser fundamental para el futuro de la iglesia católica en nuestro continente.

1. Declive de las Iglesias Liberales, Proféticas y Tradicionales

La fuerza de la tradición evangélica en los medios, está basada en un declive, o situación de no crecimiento, de las iglesias tradicionales y un explosivo crecimiento de las sectas. Las causas de esta situación son debatidas por muchas

personas preocupadas por esa nueva realidad. Algunos opinan que se debe, entre otros factores, a la toma de posiciones fuertes en el campo social por parte de la Iglesia, concretamente de los sacerdotes. Las personas mayores y personas con perspectivas tradicionales, conservadoras o pietistas, se sienten incómodos con la actividad socio-política de sacerdotes de la Iglesia Católica. En un momento histórico cuando muchos están asustados y preocupados por los cambios sociales tan acelerados, algunas personas buscan continuidad teológica, claridad e identidad con el estilo de vida y moralidad, como también el mantenimiento de un sistema sencillo, pero coherente de creencia.

La presencia de la tradición evangélica en los siempre visibles medios masivos, particularmente el testimonio de personas prominentes en la vida pública, ha ofrecido a la gente símbolos tangibles del "estilo de vida americana", que luego puede usar para construir una imagen consecuente de su mundo. Los tele-evangelistas han podido involucrar a sus tele-espectadores en actividades tales como, el envío de contribuciones monetarias para mantener así su programa en el aire y continuar la obra misionera, evangelizadora de la iglesia, dando una urgencia y una realización a la iglesia misma.

2. La religión se hace más privada, menos comunitaria

Teológicamente hablando, los tele-evangelistas reafirman la posibilidad de encontrar una base, autoritaria y firme, para la verdad y la vida a través de la lectura privada de la Biblia, y precisamente, en un momento cuando la autoridad institucional está desgarrada y dividida. También enfatizan la conversión personal como el centro de la experiencia religiosa y la importancia de la moralidad privada y familiar como algo capaz de garantizar el orden público y la justicia.

En una era cuando el contexto social y las normas sociales aparecen como confusas, sin capacidad de orientación segura, el fundamentalismo ofreció un sistema simple, flexible y privado de creencia.

La oportunidad para realizar una actividad religiosa en la intimidad del hogar, o a través de llamadas telefónicas y por correo, refuerza la tendencia general de individualismo en nuestra sociedad. Todo parece indicar que la "Iglesia Electrónica" favorece lo que es ya una creencia arraigada en muchas personas: se puede ser un "buen cristiano" sin involucrarse en una comunidad cristiana local o en una iglesia institucionalizada.

Aunque muchos tele-evangelistas afirman estar complementando el trabajo de la iglesia a nivel parroquial y promoviendo a las personas hacia comunidades locales, un análisis de los contenidos de sus mensajes, revela la falsedad de esas afirmaciones. Se registran grandes cantidades de conversiones en las campañas de los tele-evangelistas, pero no hay evidencia que demuestre una continuidad con catequesis sistematizadas en la Biblia, o la doctrina de la iglesia, o una participación activa en la vida sacramental de la comunidad parroquial.

La tendencia a ver mucha televisión tiende a reducir la práctica de la oración cristiana, y existe cierta evidencia que demuestra que el ver programas religiosos en la televisión puede ser una alternativa funcional a la participación en una comunidad parroquial, particularmente entre aquellos que se sienten alejados de su parroquia.

El concepto inadecuado de la evangelización usado en la televisión, corre el riesgo de crear la ilusión que la "Iglesia Electrónica" es efectivamente una iglesia real. Esto a su vez pueda cultivar un estilo de "show-biz", "estrellas" del cristia-

nismo, con respuestas superficiales a los problemas personales y a los asuntos de moralidad. Presentando la televisión religiosa en las imágenes televisivas de éxito, y enriquecimiento personal, a costo de un énfasis igual en las demandas de la obediencia y servicio inherentes en la fe cristiana, una satisfacción de las aspiraciones individuales, pero no de las bases para una comunidad cristiana.

3. Filosofía socio-política

Por varias razones la "Iglesia Electrónica" ha dado en su mensaje una marcada preferencia a un sistema de "laissez-faire", empresa privada y sistema de mercado, tanto en los campos políticos y económicos, como en la práctica religiosa. Se pone énfasis en la experiencia personal de conversión y moralidad individual; los posibles problemas que pudieran surgir de la concentración de poder político y económico, pueden eventualmente resolverse con el agregado de las buenas acciones individuales. En verdad, se utiliza la Biblia como un argumento para la aceptación obediente por parte de los cristianos de las autoridades existentes.

Todo esto se acomoda muy bien con la filosofía que actúa como soporte del sistema privado de televisión, que no es otra que la de individualizar los problemas y los hechos, y tomar una posición conservadora en las noticias, documentales y dramas. Mientras las iglesias tradicionales han cuestionado fuertemente el modelo capitalista de televisión, los evangélicos no tienen problemas en desarrollar el mismo formato de ventas y publicidad en su presentación del cristianismo. En sus programas televisivos los tele-evangelistas han apelado a los símbolos de éxito en la libre empresa en la manera como se visten, las personalidades invitadas y la promesa que la religión le ayudará a tener éxito en el mundo.

4. Actitudes hacia la tecnología

La tradición evangélica en América siempre ha visto a la tecnología de los medios masivos en forma utilitaria, simplemente como un canal para anunciar a Cristo y aumentar las conversiones. A diferencia a las iglesias más institucionalizadas, no están preocupados que la misma tecnología pudiera contener valores sociales negativos o presentarse en un paquete institucionalizado que finalmente comprometa el mensaje del evangelio y corrompa el modelo de vida cristiana. Para los evangélicos la moralidad de la tecnología descansa en la moralidad del usuario y su intención. La televisión es una herramienta para ser usada dentro de los términos dictados por la herramienta.

La tradición pietista revivalista americana, nació al principio del siglo XX, al mismo tiempo que el mercado de consumo, y los medios masivos populares como el periódico de a centavo. Desde su inicio la religión revivalista ha usado todos los trucos de los medios masivos. Por lo tanto, todo lo de la tradición revivalista se acomoda fácilmente al mercado más masivo de todos, la televisión. El predicador carismático se transforma en la super-estrella. El énfasis que se pone en la conversión rápida y dramática busca los mismos efectos que la publicidad. Las canciones religiosas populares y los testimonios de personalidades importantes, se ajustan fácilmente al formato de los "shows" de variedad y entrevistas. Los encuentros espectaculares de carpa parecen como los grandes partidos de football o la serie mundial de baseball.

La actitud utilitaria hacia los medios y la tradición de la prédica masiva y popular ha llevado a la aceptación natural de la tecnología de la computadora y los listados

masivos de direcciones para una correspondencia semi-personalizada que garantiza la lealtad de la audiencia y el apoyo financiero. Como en toda televisión, se pone énfasis en lo que se ve bien, lo que atrae la atención momentánea, lo que garantiza el apoyo financiero continuado, y la presencia y permanencia del programa en un número cada vez mayor de estaciones.

Esta actitud nace de, y refuerza a la vez un valor más amplio: que la nueva tecnología es automáticamente un regalo de Dios, y que la tecnología, en vez de la planificación humana, fija el avance de nuestras instituciones sociales.

5. Conceptos conflictivos de Evangelización

La teología fundamentalista evangélica considera como la actividad central del cristianismo, la prédica del evangelio a los no cristianos y a los cristianos que no practican. Se percibe como una lucha entre Dios y el diablo por el alma. "Conquistando las almas para Cristo". Una participación en esta lucha es esencial para los discípulos de Cristo, y es deseable además entre los grupos cristianos porque actúa como un estímulo hacia un reto mayor. Cada pastor, y cada miembro, es juzgado en términos de éxito por lograr nuevas conversiones y en promocionar el crecimiento numérico del Cristianismo. Esta actitud de competencia conjuntamente con un conservadurismo rígido y fundamentalista ha hecho difícil cualquiera cooperación ecumenista, especialmente en el área de los medios de comunicación.

Las iglesias tradicionales tienden a ver a la evangelización no como una competencia, sino como un crecimiento interno que desarrolle la comunidad cristiana, y la cooperación como una acción encaminada hacia el cambio de las condiciones estructurales sociales que hacen posible una vida cristiana. No se promueve el predicador solitario y aislado, o la estrella de los grandes medios. Por lo tanto las iglesias institucionales no generan las estrellas para la televisión, tal como lo hace la tradición revivalista.

El espíritu competitivo de los tele-evangelistas se acomoda fácilmente a una sociedad orientada hacia el mercado masivo y refuerza los valores de una cultura competitiva, socialmente ascendente y empresarial.

Estas cinco consideraciones tienen que llevarnos a unas conclusiones y recomendaciones. Es evidente que llegar a conclusiones y recomendaciones precisas y determinantes en este momento es imposible, casi una temeridad. Sin embargo tenemos que avanzar y lo que afirmo en esta última parte de mi trabajo, está relacionado con todo el estudio y reflexión que ustedes harán en estos días de Asamblea. Por lo tanto, las conclusiones y recomendaciones que ahora aparecen son de mi responsabilidad y de mi propio estudio y reflexión. Para no alargar demasiado este trabajo, me limitaré a dos conclusiones y dos recomendaciones.

CONCLUSIONES

1. Se asoma una nueva cultura religiosa

Tal como los medios de comunicación cultural nos han traído una cultura popular masiva, con todas sus características, que es el resultado de la producción masiva de símbolos y mensajes y su también masiva distribución, ahora aparece una nueva cultura religiosa basada en los mismos medios.

En términos freudianos se puede afirmar que la cultura de masas está situada bajo el signo del placer, de la satisfacción inmediata, de la descarga de las com-

pulsiones por las vías más cortas, esto es, de la satisfacción individual presente.

Tenemos ahora una nueva cultura religiosa producida como cualquier otro producto de la cultura de masas. Existe un mercado, una producción en masa y una distribución de mensajes, que gracias a las nuevas tecnologías es posible llevar a casi todo el universo humano en forma simultánea.

El mensaje consiste en la conquista de las almas para Cristo. Los tele-evangelistas son ya noticia en nuestro medio ambiente. La gente empieza a preguntar ¿Por qué los católicos no usan la TV como Jimmy Swaggart, o Jim Bakker? ¿Podrá o deberá la Iglesia Católica competir con la Iglesia Electrónica? ¿Nuestra nueva cultura religiosa es tan diferente a la que hemos conocido hasta ahora y qué respuesta daremos a ella?

2. Se Incorporan los medios masivos en la lucha por la "conquista para Cristo"

Decíamos arriba que los medios de comunicación y especialmente la televisión, están dando una enorme importancia a una tradición cultural religiosa que hasta hace pocos años sólo se conocía en zonas remotas y aisladas de los EE.UU. Además se practicaba casi exclusivamente entre personas pobres y en zonas rurales. Hoy, gracias a los medios y los super astros de la TV, más del noventa por ciento de los programas religiosos de la TV vienen de este grupo. Controlan, sólo en los EE.UU., una audiencia semanal de alrededor 30 millones de personas. El pequeño grupo de tele-evangelistas controlan una red inmensa de imprentas, estaciones de radio, TV, satélites, etc. Su red de producción y transmisión está ahora sustentada por un sistema económico de características únicas y que funcionan con bastante autonomía en relación al resto de los medios electrónicos. Dentro de pocos años tendremos canales de TV, que sólo transmitirán programación religiosa las 24 horas del día. Personalmente temo que el sometimiento por parte de los tele-evangelistas a las condiciones de la industria de los medios corre el peligro de corromper el mensaje cristiano hasta su corazón, no sólo en la televisión religiosa, sino también en muchos otros aspectos de la liturgia cristiana, la teología y práctica. Plantea además un peligro para la existencia de la comunidad cristiana parroquial, que es la única base real para un verdadero crecimiento espiritual.

RECOMENDACIONES

1. ¿Competir con la "Iglesia Electrónica"?

Sería problemático hacerlo en el mismo terreno y con las mismas armas. Hasta moralmente, y financieramente, ni hablar. Exigiría cambios profundos en el uso de los recursos financieros de las iglesias. En los Estados Unidos, las iglesias históricas incluía la católica, no parecen querer competir con los tele-evangelistas, imitando sus esquemas. Sin embargo esto no quiere decir que los ignoremos, que no deban preocuparnos, o que no haya nada que aprender de sus hazañas. La Madre Angelica con su red "Palabra Eterna", el P. Bertolucci con su programa "Gloria a Dios", compiten en los Estados Unidos, y se dirigen básicamente a la misma audiencia.

Lo cierto es que ahora en Venezuela tenemos una nueva realidad con estos programas en los canales nacionales. Van a ser puntos de comparación con la imagen de la Iglesia Católica que se proyecta por los mismos canales. Grupos de

católicos, muchos practicantes, vinculados probablemente con la renovación carismática van a sentirse a gusto con los programas de Jimmy Swaggart. Las sectas sobre todo los pentecostales y evangélicos tienen una nueva fuente de inspiración y motivación en su conquista para Cristo.

La Iglesia Católica tiene que planificar una estrategia. El tema preocupa altamente a las autoridades a nivel del CELAM. Para el próximo mes de febrero se tiene planificado una reunión entre miembros de las Conferencias Episcopales de Norteamérica, Canadiense y el CELAM.

En todo caso, la Iglesia Electrónica como el mismo fenómeno de las sectas exige a la Iglesia Católica una respuesta pastoral. A mi modo de ver, más que intensificar la presencia de la Iglesia Católica en los medios de comunicación, se debe intensificar su presencia en la comunicación interpersonal. Intensificar las visitas domiciliarias llevando el mensaje de Cristo, mayores esfuerzos en la catequesis, la oración y la orientación espiritual. Repito lo que he dicho en la parte de análisis de este trabajo: en un momento histórico cuando muchos están asustados y preocupados por cambios sociales tan acelerados, muchas personas buscan continuidad teológica, claridad e identidad con el estilo de vida y moralidad, como también el mantenimiento de un sistema sencillo pero coherente de creencia. Quieren las verdades fundamentales, la relación con Dios a través de los sacramentos y la oración y la sensación de pertenecer a una iglesia que las quiere y les dé la seguridad en la fe y en el encuentro con Dios.

"Pero no hay que olvidar que la vida cristiana es algo que se vive en comunidad. Toda comunicación cristiana debe conducir inevitablemente a una comunidad cristiana. No estamos a favor de la 'Iglesia Electrónica', ni de la 'Religión del video-texto'. Una religión así tendería a ser muy privada, centrada en uno mismo y muy intelectual. El Señor nos invita a 'ir y predicar', pero llevar a otros hacia la solución de los problemas de la vida y hacia la fe, es parte del viaje de uno mismo hacia la plenitud de la vida y la fe" (Desafíos pastorales de la revolución de las comunicaciones").

2. ¿Evangelizar por los Medios Electrónicos?

El uso de los medios masivos para la evangelización continua siendo un tema muy discutido. Si hoy día los evangelicos fundamentalistas dominan en los medios con sus programas super millonarios, se debe en parte por lo menos, a la decisión de las iglesias tradicionales de no vincularse demasiado con los medios. Algunos mantienen que las Iglesias deben evitar totalmente a la televisión. La TV es una fuente de corrupción y corrompe el mensaje cristiano hasta su esencia. A la vez pone en peligro otros aspectos del cristianismo como la liturgia, la teología y la práctica.

Esta opinión es sincera y debe ser respetada. Este autor, sin embargo mantiene que el uso cristiano de la TV pueda tener ventajas para la Iglesia en el cumplimiento de su misión: 1) da una impresión más pública a la fe cristiana como una opción viable de vida; 2) ofrece a los perceptores una variedad de recursos, modelos e información que de otra manera no podrían recibir; 3) ofrece un estímulo para la fe y se bre a cuestiones de significado y valor, promueve así contactos personales para el futuro; 4) ofrece una oportunidad para comunicar una preocupación cristiana a sectores del público que de otra manera no recibiría dicho mensaje.

Para lograr estas cuatro ventajas los cristianos que utilizan a los medios: 1) tie-

nen que reconocer sus limitaciones y la estructura institucional de la industria de los medios; 2) las transmisiones cristianas y en nuestro caso, católicas tienen que recuperar su función de servicio a la iglesia e integrarse en la planificación pastoral de la iglesia local; 3) la programación cristiana en la televisión debe existir como parte de un Ministerio más amplio en el campo de la TV, incluyendo tele-educación, tele-análisis y crítica; promoción de la equidad y la justicia y más investigación y reflexión sistemática.

Estoy consciente que es fácil hacer estas recomendaciones y muy difícil es ponerlas en práctica. Sin embargo, tenemos que enfrentar las dificultades y cuanto antes. Dentro de poco tiempo todos los canales de televisión van a transmitir programas de la "iglesia electrónica". Todavía hoy vemos este fenómeno como algo muy típico de la cultura norteamericana y distante de nosotros. Pero también la coca-cola, la hamburguesa y otras cosas son más típicas de la cultura norteamericana y sin embargo los hemos aceptado con tanta facilidad. Hoy se comercializa la religión con las mismas técnicas de la publicidad.

ALGUNAS REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Assmann Hugo. La Iglesia Electrónica y su Impacto en América Latina. DEI, Costa Rica. C.A., 1987.

Communications Research Trends. "The Electronic Church", Centre for the Study of Communication and Culture, Londres, Inglaterra, 1984.

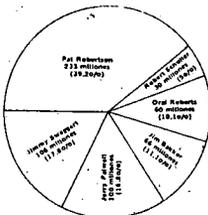
Horsfield, Peter. Religious Television: The American Experience. Logman, New York. 1986.

Smith, Dennis A., y Adolfo Ruiz C. "Impacto de la Programación Religiosa difundida por los Medios Electrónicos en la población cristiana activa en América Central". 1986.

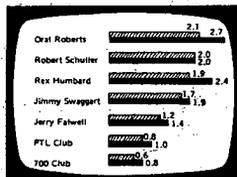
Owens, Virginia Stem. The Total Image, or Selling Jesus in the Modern Age. Grand Rapids, W.B. Eerdmans, 1980.

Muggeridge, Malcom. Christ in the Media. Grand Rapids. W.B. Eerdmans, 1977

COSTOS EN PRODUCCIÓN Y TRANSMISIÓN DE PROGRAMAS.



PROGRAMACIONES RELIGIOSAS (Audiencia en millones de personas)



██████ Nielsen (1980-82) ██████ Arbitron (Nov. 1982)

