Los programas religiosos en la radio del Valle de México: un primer acercamiento

*A. Margarita Reyna Ruiz**

En este artículo se realiza una primera aproximación al estudio de la interrelación que se establece entre el campo religioso, el campo del poder y el medio radiofónico en México con el fin de comprender cuál es la incidencia de este medio en los procesos de producción y circulación de los discursos religiosos y su impacto en las relaciones sociales. Entre otros aspectos relevantes, se destaca el problema que supone la regulación de las emisiones religiosas en un Estado laico como el nuestro.

Religious radio programs in Mexico City and its environs: a first look. This article is an initial approximation to the study of the relationship among the fields of religion and power and the radio in Mexico. Our aim is to understand how this media enters into the process of the production and circulation of religious discourse and its impact on social relations. Among other notable aspects, the problem of the regulation of religious programs in a secular State stands out.

El tema de la relación medios de comunicación y religión es muy complejo porque reúne dos fenómenos que atraviesan y dan forma a las sociedades modernas, dos universos cuya naturaleza pareciera por momentos confrontarse. Sin embargo, es necesario dar cuenta de los vínculos complejos que ambos han ido estableciendo en el marco de las aceleradas transformaciones de la sociedad contemporánea.

Me interesa la forma como esta relación se ha construido en la sociedad mexicana y particularmente en un medio, el radiofónico. El tratamiento de este problema enfrenta muchas aristas, empezando por los diversos puntos de vista desde los que se ha construido la noción misma de *religión*.

* Profesora-investigadora del Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco [amreyna@correo.xoc.uam.mx].

Este texto es apenas un primer acercamiento a algunas líneas de reflexión que considero relevantes en el estudio de esta compleja relación entre la religión y los medios de comunicación en México. Tomo a la radio del cuadrante metropolitana como caso específico. Cabe señalar que esta exposición se inscribe en un proyecto más amplio[1] que trata sobre la transformación de las formas simbólicas en el espacio público, especialmente aquellas vehiculadas por los medios masivos como lo es la radio.

La celeridad de las transformaciones tecnológicas en los dos últimos decenios ha cambiado de manera definitiva las condiciones de producción comunicativa. En este tiempo se han modificado las formas de elaboración de los mensajes, la relación de éstos con sus públicos, así como también los circuitos por los que circulan los contenidos. En este proceso de recomposición de los campos de producción cultural y de comunicación, el medio radiofónico ha desempeñado un papel de primera importancia en la promoción y el reposicionamiento de los distintos actores sociales; sin embargo, esta labor de comunicación política de la radio se ha investigado muy poco.

La tarea de construcción de la imagen pública de la acción política es un trabajo simbólico que va más allá de la elección de los lenguajes y soportes más convenientes para la difusión de los mensajes, o del análisis de la retórica política o la manufactura y difusión de los sondeos electorales; implica también evaluar las relaciones históricas, sociales y culturales que en un momento determinado permiten establecer las fronteras entre lo público y lo privado y entre lo político y lo no político, contribuyendo con ello a proyectar la relación entre los distintos actores que conforman el campo del poder. La radio en este sentido ha tenido un lugar prominente tanto por su cobertura como por su continua presencia en la cotidianidad de la vida social; pero también porque, paradójicamente, su posición secundaria en el sistema de medios le ha otorgado una relativa autonomía que se ha traducido en un ejercicio

[1] El proyecto al que se hace referencia es "La transformación de los campos de producción y mediación cultural. Experiencia y discurso en las prácticas simbólicas", del Área de investigación de Educación y Comunicación Alternativas, y que también forma parte de las líneas de investigación de la Maestría de Comunicación y Política de la UAM-Xochimilco.

más abierto de la libre expresión. La radio se constituye así en un espacio privilegiado para la exposición, discusión y análisis de temas controvertidos y muy sentidos por la sociedad.

Dentro de los actores que tienen una indiscutible presencia en la arena política mexicana están los grupos religiosos. Hasta hace poco destacaba la presencia de la Iglesia católica; no obstante, cada día son más los grupos y las asociaciones religiosas que operan en nuestro país.[2] La acción política de los distintos grupos religiosos no se limita a la manera en que su discurso permea las expresiones prácticas de sus seguidores. Si bien no hace mucho la vida pública y política de estos grupos no era reconocida legalmente, no por ello dejó de ser una fuerza política reconocida en el campo social y político. De ahí la importancia de analizar con cuidado la forma como se ha ido configurando tanto la presencia pública de los distintos grupos religiosos como las estrategias simbólicas que han utilizado para posicionarse social y políticamente.

La diversidad de credos en una sociedad expresa la existencia de distintos grupos que rompen el monopolio de una institución en el campo religioso. Como señaló anteriormente, en la sociedad mexicana este pluralismo se ha mostrado en la aparición de diversos grupos religiosos.[3] Esta tendencia no es nueva, sin embargo, se ha hecho más visible en la actualidad como resultado de la reconfiguración que en México ha tenido el campo religioso por lo menos en los últimos quince años. Ello debido en parte a la modificación constitucional del artículo 130 en 1992, a la aparición de nuevos movimientos religiosos, a la actuación de

[2] De acuerdo con Roberto Blancarte, desde la segunda mitad del siglo XX el porcentaje de católicos disminuyó y pasó de 98.2% del total en 1950 a 87.99% en el 2000. En el mismo periodo la población mexicana con otros credos creció paulatina, pero consistentemente. Sobre este punto el autor señala "En 1950 los protestantes o evangélicos constituían apenas 1.28% de la población mexicana, para el 2000 constituían 7.27% con más de seis millones". Lo anterior, según Blancarte, significa que aun si el número de católicos sigue siendo mucho mayor en términos absolutos, en realidad la tendencia es a la baja (Blancarte, 2003).

[3] El estudio de la diversidad religiosa en México es relativamente nuevo en los análisis sociológicos y antropológicos. Estos trabajos iniciaron de manera más regular a partir de la década de 1970. La investigación sobre religión y grupos religiosos en México es abundante. Un libro donde se ven algunas de las líneas de investigación en materia religiosa y una extensa y muy específica bibliografía es el de Blancarte y Casillas (1999). Rodolfo

los gobiernos en turno en este ámbito, a la participación activa de algunas de las iglesias y agrupaciones religiosas en la escena política que ha trascendido a la opinión pública, pero también por el interés y cobertura con la que los medios impresos y audiovisuales cubren ahora el tema religioso, así como las tomas de posición de los prelados.[4]

El surgimiento, estructuración y crecimiento de los grupos religiosos requiere pues de entender las condiciones sociopolíticas y culturales que hacen posible que sus creencias sobre el mundo circulen y se instituyan como verdaderas expresiones prácticas de la vida individual y colectiva de grupos sociales más amplios. Es aquí donde adquiere sentido entender la posición que los medios de comunicación masiva tienen en los procesos de producción y circulación de las creencias religiosas y la forma en que esto impacta en las relaciones sociales. Esta dimensión además adquiere un especial interés para el caso de nuestro país, donde las relaciones Estado-religión y Estado-medios de comunicación han sido accidentadas y por lo mismo muy complejas.

Los medios de comunicación masiva y la religión

En la tarea de construcción simbólica es indiscutible el papel que los medios de comunicación masiva han desempeñado en el devenir de las sociedades contemporáneas. Éstas se viven cada vez más a través del espacio mediático que se ha constituido en su espacio público; un espacio público que tiene un rol esencial en la construcción del vínculo social y de su ritualización.

Casillas también tiene un excelente artículo, "La pluralidad religiosa en México: descubriendo horizontes", donde hace un balance muy completo del estudio de los llamados nuevos movimientos religiosos en nuestro país, en Giménez, 1996. Otro texto donde también se trata la emergencia de estos movimientos religiosos es el de Masferrer, 1991.

[4] El caso de la prensa tal vez sea uno de los más documentados. Hace apenas unos años la cobertura de la presencia pública de las iglesias la tenía el periódico *El Universal*, lo cual lo convertía en la referencia obligada sobre este tema. Hoy prácticamente todos los diarios tienen un reportero que cubre estas fuentes, fundamentalmente la Iglesia católica, y no hay día en que no salga una nota sobre ella aunque no sea extensa. Un texto que profundiza sobre el tema es el de Sergio Inestrosa, 1999.

Las posibilidades inscritas en la dimensión tecnológica de los medios de comunicación, por su capacidad de cambiar de escala los procesos tradicionales de difusión, reproducción e incluso de creación de las estructuras culturales, dan la idea de que pueden condicionar de manera distinta los principios y efectos de los procesos de socialización en las sociedades modernas (Andión, 1995:27-28). En el devenir del siglo XX, conforme las sociedades se apoyaron crecientemente en los nuevos dispositivos de la comunicación electrónica, los medios masivos aparecieron cada vez más como el verdadero paradigma de una contemporaneidad caracterizada por la mundialización de la economía, la unificación de los mercados y la mediatización de las sociedades. La comunicación se instituyó así como condición necesaria del actual devenir social marcado por la aceleración de los cambios en la tecnología, en la estructura económica y en la reconfiguración de los circuitos de consumo y ciudadanía (Reyna, 2000:95-111).

La comunicación aparece entonces como un verdadero dispositivo de tecnologías simbólicas para la organización social, al que se le atribuye, incluso, la capacidad de lograr el equilibrio y la armonía del grupo humano. Es decir, se constituye en términos de Weber en una verdadera sociodicea. Si los medios devienen en vector de la comunión universal, se puede inferir la preeminencia que reviste entonces la relación medios/religión. Los medios, como las religiones, crean vínculos. Es un hecho pues, que la mundialización mediática incide en la recomposición de las grandes fundaciones de sentido que son las religiones.

Religión y medios son dos campos de producción simbólica, cada uno con su lógica específica, pero que se atraviesan de manera cada vez más compleja. Si los medios ritualizan la comunión universal, la religión produce un bien, la creencia, susceptible de circular por los medios. El simple hecho de que los medios hablen cada vez más de religión, contribuye a acreditar la relevancia social de la misma. La religión contemporánea está pues, más expuesta a la regulación mediática, que institucionalmente está menor regulada que las propias agrupaciones religiosas. Más aún si se considera que los medios son vectores de la mundialización simbólica, éstos pueden contribuir en la gran transformación contemporánea con la promoción de la pluralidad religiosa. Los medios participan cada vez más en la configuración de la religiosidad de una

sociedad por el solo hecho de priorizar ciertos aspectos de la religión en detrimento de otros (Willaime, 2000:299-327).

Es posible afirmar lo anterior porque las religiones no están solamente presentes en los medios a través de las emisiones oficiales de sus actos rituales; están también presentes por el interés manifiesto que los medios públicos y privados tienen por el acontecimiento religioso y que lo vuelven por momentos en verdadero espectáculo. La mediatización de la religión se inscribe así dentro de un conjunto de transformaciones tocantes a la manera misma de vivir la religiosidad hoy en día.

Para analizar la relación medios de comunicación-religión en México, se tienen que tomar en cuenta las distintas transformaciones de la sociedad que en nuestro país han pasado no sólo por la ideas de la fe, la creencia y la salvación, sino, sobre todo, por la forma como estas creencias han sido gestionadas, administradas y hechas circular en los grupos sociales específicos y particularmente por las relaciones que los grupos que gestionan estas creencias guardan con el Estado (Fortuny, 1999:83-92).

Como ya se ha señalado, en México la presencia de los distintos grupos religiosos en las arenas social y política no es sólo resultado de la modificación del artículo 130 constitucional; por el contrario, es la expresión objetiva de un constante trabajo simbólico que se inició a raíz de las Leyes de Reforma y que se fue rehaciendo a la luz de las gestiones políticas de los gobiernos en turno. Sin embargo, la presencia de estos grupos adquirió una dimensión distinta con esta modificación constitucional, pues posibilitó, por ejemplo, que su relación con el campo político dejara de ser menos privada para volverse más pública.

En este tránsito los medios de comunicación han tenido un papel de primer orden, no sólo por la recurrencia con la que abordan ahora las acciones y manifestaciones religiosas, que en muchos casos puede obedecer a un mero interés económico por parte de los medios masivos; sino por la preocupación con la que las distintas agrupaciones religiosas han planteado su relación con los medios, por las posibilidades que cada una de éstas tiene de acceder a ellos, así como la importancia que estas agrupaciones han ido otorgando a la comunicación como parte de la estrategia simbólica de su programa evangelizador.

El campo mediático mexicano, por su parte, es un sistema que se ha ido diferenciando y adquiriendo una relativa autonomía, una de cuyas

consecuencias es el desarrollo desigual de cada uno de los medios de comunicación. Esta diferenciación al interior del campo de los medios ha generado tensiones y discrepancias de las cuales pocas se han hecho públicas.[5] Así pues, la confrontación más clara y más reconocida en el campo de los medios electrónicos es la que se origina en la pugna por los públicos; pero hay otro tipo de rivalidades que evidencian las desigualdades económicas y los vacíos jurídicos y que marcan la pauta de la interacción que tienen los medios con la sociedad. De igual manera la disparidad al interior de este campo ha ido también definiendo la relación que mantiene con otros campos de la producción simbólica, tanto por la necesidad de estratificar sus públicos como por las características de las relaciones con el campo de poder (Reyna y Vilar, 2003:1-6).

Por todo esto es cardinal reconocer la posición de los distintos medios en la dinámica social, porque permite entender el estatuto de interlocución con los distintos campos sociales. En esta configuración la radio no es un medio dominante, pero ha mantenido una presencia social estratégica porque posee características tecnológicas y de producción de contenidos que no tienen otros medios, y que lo siguen haciendo atractivo para el público a pesar de la presencia de la televisión y ahora la Internet.

Josefina Vilar nos dice que la facultad de la radio de tener una enunciación instantánea y transportable le permite introducirse en la vida cotidiana del escucha. Esta cualidad, si bien no exclusiva de la radio, presenta en este medio una condición distinta: al no solicitar la atención de la mirada, permite al escucha llevar a cabo otras actividades al mismo tiempo que se atiende a las transmisiones. En este sentido la radio acompaña y esa compañía se puede dar en todo momento, por lo que el uso de la radio puede resultar bastante personal e íntimo. Es un medio, continúa Vilar, que puede unir el retraimiento más absoluto de sus receptores y la posibilidad de que ellos ingresen a los sucesos verdaderamente colectivos (Vilar, 1988:28-29). Esta articulación entre lo público, privado e íntimo, se convierte en una característica de la

[5] Casos recientes, polémicos y muy sonados, han sido, en televisión, la controversia entre Canal 40, del empresario Moreno Valle, y Televisión Azteca, de Salinas Pliego; en radio, el enfrentamiento entre Grupo Infored, de Gutiérrez Vivó, y Grupo Radio Centro, de los Aguirre.

producción del discurso radiofónico que puede resultar muy atractiva, por ejemplo en la emisión de programas religiosos de corte evangelizador.

De igual manera, es necesario considerar que las transmisiones radiofónicas específicas no son independientes de la programación total de una emisora, ni mucho menos se puede dejar de ubicar a esta última como parte de un grupo radiofónico, que en últimas es el que maneja una estación. La transmisión de un programa está inscrita en el conjunto de las políticas de operación de la empresa que la emite y, por tanto, de los intereses primordialmente económicos, si se parte de que la radio privada es ante todo un negocio.

Pero nuevamente la historia de la configuración del campo radiofónico en México es fundamental para entender las características que la radio asume en su oferta programática, y que puede explicar las condiciones menos visibles, pero no por ello menos definitorias de las formas de operar de este medio. Un punto central en esta discusión sería justamente la relación del medio radiofónico con el Estado, relación que en principio está ligada a la discrecionalidad con la que el gobierno federal ha otorgado y otorga las autorizaciones para usufructuar el espacio aéreo y la forma como los empresarios de la radio históricamente han negociado con los gobiernos en turno para mantener sus respectivas posiciones de privilegio.[6]

En este aspecto baste recordar algo de lo acontecido tan sólo en este sexenio: el denominado decretazo del 10 de octubre de 2002, donde desapareció el llamado tiempo fiscal y se aprobó un nuevo reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión, postergando la reforma legal impulsada desde distintos grupos sociales; la permanente presión en el Ejecutivo y el Congreso para evitar la reforma de esta misma ley, el reciente refrendo, casi automático, de concesiones vencidas por un periodo de 12 años, entre otras cosas (Sosa, 2004:16-22).

[6] Es importante recordar que de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión en su capítulo primero, artículos 13, 14 y 25, existen dos tipos de autorizaciones: las concesiones y los permisos. Las primeras autorizan la explotación comercial de una frecuencia. Los segundos autorizan el uso del espacio aéreo a estaciones oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas sin posibilidad alguna de comercializar su tiempo aire. Un recuento de los últimos 15 años del medio radiofónico en México se encuentra en Sosa (2003).

Estas acciones dan una idea del tipo de relación que ha prevalecido entre los gobiernos en turno y los dueños de los medios de difusión, una relación que ha pasado de la connivencia al chantaje mutuo, y que ha sido posible en parte por la permanencia de una ley de medios ambigua y anacrónica.[7] El punto en todo esto es reconocer cómo esta relación con el Estado ha impactado las decisiones sobre la programación y difusión, por ejemplo de los programas religiosos y establecer cuáles son las condiciones efectivas de regulación estatal y mediática de esta particular oferta programática.

Es menester recordar que en México el Estado es laico, y que de acuerdo con la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, esta laicidad se funda en el principio histórico de la separación del Estado y las Iglesias, así como en la libertad de creencias religiosas (art. 1). De igual manera, recordar que en esta ley, en su capítulo tercero, artículo 16, se prohíbe expresamente que las asociaciones religiosas y los ministros de culto "posean o administren, por sí, o por interpósita persona, concesiones para la explotación de estaciones de radio, televisión, o cualquier tipo de telecomunicación, ni adquirir, poseer o administrar cualquiera de los medios de comunicación masiva, con excepción de las publicaciones impresas de carácter religioso".

Esta ley no prohíbe que se transmitan programas con contenido religioso, ni que las iglesias y agrupaciones religiosas compren tiempo aire en los medios para transmitir en ellos. No obstante, la ley en su artículo 21 establece que: "las asociaciones religiosas únicamente podrán de manera extraordinaria, transmitir o difundir actos de culto religioso a través de medios de comunicación no impresos, previa autorización de la Secretaría de Gobernación. En ningún caso, los actos religiosos podrán difundirse en los tiempos de radio y televisión destinados al Estado".

Por su parte, el Reglamento de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, publicado en el *Diario Oficial de la Federación,* en noviembre de 2003, en su artículo 30, señala que "sólo podrán ser transmitidos o difundidos a través de medios de comunicación no impresos, los actos de

[7] La Ley Federal de Radio y Televisión vigente tiene 45 años, fue promulgada el 8 de enero de 1960.

culto religioso que celebren las asociaciones religiosas debidamente registradas. Su transmisión o difusión se realizará previa autorización de la Dirección General y únicamente de manera extraordinaria y no podrán efectuarse permanentemente".

Gabriel Sosa sostiene, según datos de la propia Secretaría de Gobernación, que en 1995 se otorgaron solamente 60 permisos para la transmisión en los medios de actos de culto religiosos; para 2002 esta cifra aumentó a 13 949. Esto le permite inferir que en ese año se trasmitieron diariamente un promedio de 38 actos de culto en estaciones de radio o televisión; y que en los últimos ocho años y medio se han autorizado 56 246 transmisiones similares (2004:20).

Ahora bien, ni en la ley ni en el reglamento se especifica sobre aquello que se considera acto de culto religioso y, aunque se establece que sólo es transmisible un acto de culto extraordinario, no se precisa tampoco cuándo un acto ordinario se vuelve extraordinario y menos aún cuándo éste se vuelve un acto permanentemente extraordinario, al punto que posibilita, por ejemplo, la regular transmisión en radio y televisión de las misas dominicales de la Iglesia católica.

Uno de los problemas que se puede derivar de lo antes expuesto es la particularidad que adquieren la libertad de expresión y culto en un Estado laico como el nuestro, sobre todo cuando se piensa en las condiciones que regulan efectivamente la mediatización de las transmisiones religiosas al interior de los propios medios y las condiciones propiamente religiosas que imperan en nuestro país, y que incluyen, desde luego, la relación con los medios de comunicación.

Así pues, la incursión de las distintas agrupaciones religiosas en los medios electrónicos, que al parecer se ha hecho de manera más evidente en los últimos ocho años, obligaría a indagar las condiciones de su legalidad jurídica en cumplimiento de un estado de derecho. Pero además de la situación legal estarían también las condiciones de equidad con las cuales las distintas agrupaciones religiosas pueden realmente acceder a los medios electrónicos, y que habla de la efectiva tolerancia a la pluralidad religiosa. Y aquí parece que muchas de estas agrupaciones enfrentan la inequidad estructural derivada de la configuración del mapa religioso, y la posición que guardan los medios en este orden.

No es de extrañar entonces que las agrupaciones religiosas minoritarias tengan mayor dificultad para acceder a los medios:

> A las minorías se nos dificulta muchísimo tener un espacio, ya sea por los altos costos o por las políticas de la empresa. Generalmente les otorgan beneficios a los católicos o evangelistas. No tenemos el potencial económico para hacer uso de los permisos que otorga Gobernación. Nosotros tenemos espacios en *Radio Chapultepec*, pero en los horarios más baratos, dado que no hay consideraciones (Sosa, 2004:20).

Tampoco se puede pasar por alto el interés de la religión dominante en México por mantener su dominio en perjuicio de otras agrupaciones religiosas, así como el poder económico, social y político que esta religión tiene para ejercer presión cuando es necesario. La fuerza social de la Iglesia católica se manifiesta entre otras formas mediante los grupos de laicos que paulatinamente le han posibilitado ganar espacios también en los medios electrónicos. Esta relación le ha permitido, por ejemplo, ser tratada con deferencia en muchos de estos medios, sea por la cobertura que le dan, o por el tratamiento mismo del tema religioso, pero también por la presión que los anunciantes católicos pueden ejercer al interior de los espacios mediáticos. Un caso no reciente pero muy sonado por este motivo fue el del padre Marcial Maciel de los Legionarios de Cristo, caso cuya cobertura y tratamiento informativo en su momento costó al Canal 40 la amenaza y el retiro de algunos de sus anunciantes.

Con todo, no se puede negar que las minorías religiosas tienen cierta presencia en los medios, particularmente aquellos en los que su accesibilidad económica les permite contratar, tal y como ellos mismos lo han señalado. Uno de esos medios es indiscutiblemente la radio.

Por otra parte, es preciso tomar en cuenta que las emisiones públicas de los medios las más de las veces están muy lejos de limitar sus contenidos a los aspectos propiamente espirituales y culturales de la religión. Estas emisiones en grado diverso, según la agrupación, buscan mucho más que llegar solamente a sus fieles, buscan también incrementar su audiencia y llegar más allá de su público tradicional, esto es, buscan ganar adeptos. De igual manera es necesario considerar que en las

transmisiones de los medios electrónicos no sólo se encuentra la difusión de actos de culto o propuestas de evangelización, hay también emisiones que hablan de la religión como uno de sus temas sin profundizar dentro de tal o cual espiritualidad religiosa. En estas emisiones la pregunta es si realmente los medios son verdaderamente laicos, garantizando la pluralidad en su tratamiento del tema religioso, respetando una estricta parcialidad o, por el contrario, existe la propensión a valorar ciertos aspectos de una religión en detrimento de otros sin escapar a los estereotipos y a la manipulación (Willaime, 2000:299-327).

Los programas religiosos en la radio del Valle de México

Las reflexiones hasta aquí expuestas se suscitaron a raíz de los monitoreos que se realizaron durante algunas semanas por los alumnos del módulo de radio de la licenciatura de comunicación social en la UAM-Xochimilco. En estos monitoreos detecté la presencia de programas religiosos y constaté cómo su número fue incrementándose con el tiempo. Esto me llevó a realizar un monitoreo más sistemático que se concretó en un primer seguimiento continuo de junio a agosto de 2004.[8]

Uno de los aspectos a destacar a partir de estos primeros acercamientos es que la religión está presente en el medio radiofónico de muy diversas maneras. Está presente en los comentarios, las peticiones, los rezos y agradecimientos cotidianos enunciados por los locutores y por el público que se hace presente en las emisiones mediante fax, correo electrónico o llamadas telefónicas y que son significativas como formas de vivir lo religioso; está presente en la transmisión de bloques completos de música popular de diversos géneros: grupera, balada, pop, rock, etc., pero con letras que por lo regular apelan explícitamente al Dios cristiano; está presente en programas temáticos donde la religión se aborda como tema de discusión e información, aunque este tipo de emisiones es la menos frecuente en el cuadrante. También están presentes los programas religiosos con formato hablado, esto es, programas cuyo objetivo es hacer de tales o

[8] Estos sondeos han sido puntuales y muy coyunturales. Se han venido haciendo desde 1999; sin embargo, es hasta la primavera de 2003 que inicié un análisis más comprensivo de esta información que culmina con un seguimiento más metódico en 2004.

cuales preceptos religiosos un modo de vida y que son patrocinados, producidos o apoyados por algún grupo o asociación religiosa. Muchas de estas emisiones son conducidas directamente por pastores, sacerdotes, o líderes religiosos de una agrupación. Estos últimos son los que constituyen el objeto de esta primera descripción.

En el cuadrante del Valle de México se llegan a sintonizar alrededor de 62 estaciones, 34 en la banda de AM y 28 en la de FM.[9] A excepción de uno, los programas religiosos están ubicados en la banda de AM, todos en estaciones pequeñas si se toma en cuenta su puntaje de *rating* en los estudios de mercado, pero que cubren segmentos de la audiencia atractivos para estas propuestas radiofónicas. Esto último es importante si se considera que la tendencia en este medio es justamente a la fuerte segmentación de los públicos[10] (Hernández, 2004:34-37).

Son ocho las emisoras que al momento del último monitoreo contaban con este tipo de programas: *Radio Chapultepec* de Promosat, *Radio 620* de Grupo Rasa, *1440 la reina del hogar* de Grupo Siete, *Tuya 590* de Núcleo Radio Mil, *ABC Radio* de México Radio, *Radio Centro* de Grupo Radio Centro, *1530 Mariachi estereo* de Grupo Radiorama, y *Reporte 98.5* de Grupo Imagen. Estas emisoras transmiten en conjunto alrededor de 208 horas a la semana de programas religiosos.

La emisora con un mayor número de horas de transmisión es *1440 la reina del hogar* con 63 horas a la semana, seguida de *Mariachi Estereo* con 54, *Tuya* con 32, *Radio 620* con 25, *Radio Chapultepec* con 22, *Radio Centro* con siete, *Radio ABC* con tres horas y media y *Reporte 98.5*[11] con una hora por semana. El horario de transmisión se da regularmente por la mañana, por la noche y en la madrugada. Hay emisiones desde 15 minutos hasta seis horas de duración. Los contenidos van desde la lectura de la Biblia y la presentación de testimonios hasta la transmisión completa de la misa católica de los domingos.

[9] Un análisis de la programación radiofónica se encuentra en Vilar (2003).

[10] El director de operaciones del Grupo Radio Centro señala que: "El auditorio de AM se ha vuelto nicho y se ha concentrado en personas mayores y de menor capacidad económica". Según datos de INRA, 44.5% de los radioescuchas de AM tienen 55 años o más.

[11] El programa de esta emisora se transmite los sábados de 10 a 11 de la mañana e inició transmisiones a principios de septiembre, por lo que se contabilizó ya en esta descripción.

Algunos de los 68 programas religiosos que en ese momento se encontraban al aire son: *Cordón de amor*, *Jesucristo camino al éxito*, *La voz de la alianza*, *Pare de sufrir*, *El faro*, *La hora pontificia*, *Santa María de Guadalupe siempre con nosotros*, *Hombre nuevo*, *Un día a la vez*, *Voz pastoral*, *Tiempo de cosecha*, *Bálsamo para el alma*, *Tesoros de las sagradas escrituras*, *El evangelio eterno*, *Levántate y resplandece*, *La verdadera liberación*, *Luz en las tinieblas* y *Desafío*. Los 68 programas identificados son cristianos. Los hay católicos y de diversas agrupaciones religiosas: algunas de estas últimas se identifican durante la emisión; así aparecen, por ejemplo, la Iglesia de la Liberación, La Iglesia Universal del Reino de Dios, Iglesia Cristiana Interadmisional, Iglesia Bautista Monte Sión, Iglesia de la Familia de Dios y los Adventistas.

Respecto a los grupos radiofónicos que operan estas emisoras, los que cuentan con un mayor número de frecuencias en el Valle de México son el Grupo Radio Centro y el Núcleo Radio Mil que operan 11 y seis emisoras respectivamente, le siguen los que operan dos o tres frecuencias como México Radio, Imagen y Radiorama; las restantes manejan una sola estación. Sin embargo, a excepción de México Radio y Núcleo Radio Mil, los demás grupos tienen una presencia muy significativa en el interior de la República mexicana. Esta información es importante si se toma en cuenta que en el medio radiofónico, a diferencia de la televisión, existen alrededor de 28 grupos o empresas que bien pueden operar frecuencias propias, administrar estaciones con participación accionaria, sólo administrarlas o contar con emisoras afiliadas; de tal suerte que existe una amplia gama de posibilidades de operar aun cuando no se cuente directamente con la concesión.

La mayoría de los grupos mencionados tienen una presencia de más de 20 años en el medio. Por mencionar algunos datos, Radiorama, por ejemplo, opera desde 1970 y cuenta con 189 estaciones, por lo que tiene presencia prácticamente en todos los estados del país. Radio Centro opera desde 1946 y cuenta con 93; es el cuarto grupo más importante. Promosat[12] tiene 57 emisoras ocupando el quinto lugar. Rasa opera desde 1941 y cuenta con 50 estaciones, ocupando el sexto lugar. Radio S.A.

[12] De este grupo no se tiene el año exacto en que inició su operación.

opera desde 1984 y cuenta con 37 frecuencias, y Grupo Siete opera desde 1977 y cuenta con diez.[13]

Estos datos son relevantes porque permiten, por una parte, conjeturar acerca del impacto social de este tipo de difusión, pues si bien son transmitidas en una zona específica, el Valle de México, por la importancia y presencia de los grupos que manejan estas frecuencias, así como por las condiciones de comercialización del medio, estos programas pueden multiplicar sus emisiones por toda la República.

Aun cuando esta información es apenas producto del primer acercamiento, aportó algunos elementos empíricos para esta reflexión. En este terreno hace falta indagar varias cuestiones como el tipo de autorización que la Secretaría de Gobernación ha otorgado para la transmisión de estos programas; identificar el tipo de acto de culto religioso extraordinario de que se trata para justificar, dado el caso, su continua difusión, así como analizar los contenidos en términos de su producción y organización discursiva.

Se hace necesario, pues, analizar con más detalle el uso que los distintos grupos religiosos están haciendo del medio radiofónico, así como de los contenidos propuestos en sus emisiones, toda vez que como se ha planteado, en nuestro país los medios aparecen cada día con más claridad como soportes estratégicos de estos grupos en su búsqueda por construir y reforzar una presencia social. Pero como también se ha señalado, la relación medios-religión es una relación de gran complejidad en un Estado laico y más cuando se tienen enormes problemas para hacer que la ley sea realmente la norma del actuar social.

En el marco de esta primera descripción y a la luz de las reflexiones anteriores, la relación entre medios y religión en México plantea varias cuestiones generales que a mi juicio son muy pertinentes para este tipo de investigación: ¿cómo se presenta a la religión en los medios, esto es, cómo es su construcción mediática?, ¿cuáles son las estrategias de los distintos actores religiosos frente a los medios?, ¿cuál es el estatuto de las distintas religiones en el sistema de los medios?, ¿cuál es la recepción de los mensajes religiosos transmitidos en los medios?, ¿cuál ha sido la contribución de los medios a la construcción de la religión contemporánea?,

[13] Cfr. Solís (2003).

¿cuál es el estatuto de la regulación mediática de la religión? esto es, si la mediatización de la religión no es solamente una regulación propiamente mediática, ¿cómo intervienen también las regulaciones estatales, culturales y propiamente religiosas en esa mediatización?, ¿cuál es la relación de las distintas agrupaciones religiosas y de los medios con el Estado?, ¿cuáles son los problemas que encara el Estado laico por ejemplo en la regulación jurídica que debe mediar en la relación medios-sociedad sin socavar la libertad de culto y la libertad de expresión? El abanico de preguntas es muy complejo y múltiple, pero abre desde luego vetas riquísimas para la investigación que estamos iniciando.

Bibliografía

Andión, Eduardo (1995), "La transformación de los campos de producción cultural: una aproximación a la experiencia de comunicadores y comunicólogos", Foro Departamental de Educación y Comunicación, UAM, México.

Blancarte J.R. y R. Casillas (1999), *Perspectivas del fenómeno religioso*, Secretaría de Gobernación/Flacso, México.

— (2004), *Religiosidad, creencias e iglesias en la época de la transición democrática*, Documento interno del Colegio de México, marzo.

Fortuny, Patricia (1999), "Marcos europeos problemas latinoamericanos", en Blancarte y Casillas, 1999.

García, Adriana (2004), "Sonidos del ayer", *Reforma*, 4 de octubre.

Giménez, Gilberto (coord.) (1996), *Identidades religiosas y sociales en México*, Instituto Francés de América Latina/Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México.

Hernández, Viridiana (2004), "Industrias de la radio 2004: la frecuencia cambia", *Mercado 2.0*, año 3, núm. 30, octubre.

Inestrosa, Sergio (coord.) (1999), *Las iglesias y la agenda de la prensa escrita en México*, UIA, México.

Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, www.cddhcu.gob.mx/leyinfo/pdf/24.pdf

Ley Federal de Radio y Televisión, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, LVII Legislatura de la H. Cámara de Diputados, México.

Masferrer Kan, Elio (1991), "Nuevos movimientos y tendencias religiosas en América Latina", *Religiones latinoamericanas,* núm. 1, enero-junio, México.

Reglamento de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, www.cddhcu.gob.mx/leyinfo/regla/16.DOC

Reyna, Margarita (2000), "Modernidad, globalización y la emergencia de la comunicación", *Anuario de investigación Coneic VI*, CONEIC-UAM.

Reyna Margarita y Josefina Vilar (2003), "Poder y democracia en la radio del Valle de México: el caso del Canal 40", ponencia presentada en el XI Encuentro de Felafacs, octubre, Puerto Rico.

Solís Leree, Beatriz (2004), *Distribución de frecuencias de radio y televisión,* mimeo.

Sosa P., Gabriel (2003), "Crisol de expresiones", *Revista de Comunicación*, año XVI, núm. 83, septiembre-octubre.

— (2004), "Triunfos de los concesionarios", *Revista de Comunicación*, año XVI, núm. 85, febrero-marzo.

Vilar Josefina y Teodoro Villegas (1988), *El sonido de la radio*, UAM-Xochimilco/ IMER/ Plaza y Janés, México.

— "La programación de la radio del Valle de México en el 2003", *Revista Argumentos*, en prensa.

Willaime, J. (2000) "Les médias comme analyseur des mutations religieuses contemporaines", en Bréchon P. y J. Willaime, *Médias et religions en miroir*, Presses Universitaires de France, París.