

Las religiones en los medios o las iglesias y los medios

*Elio Masferrer Kan**

Introducción

Este trabajo se inicia con un intento de explicar a las religiones en una sociedad de masas y la relación que éstas tienen con los *media* de información; plantea la existencia del pluralismo católico, de la diversidad del mundo evangélico y pentecostal. Expone las dificultades para analizar el caso mexicano por las restricciones constitucionales a la propiedad de medios por parte de las iglesias, y la diferencia entre el acceso irrestricto que tiene la Iglesia católica a los medios a través de los grandes propietarios y las dificultades de los evangélicos para avanzar en un trato equitativo; lo anterior en el contexto de un control oligopólico de los *media* y de las presiones ejercidas por los grandes anunciantes. Presenta la dinámica de las iglesias con los medios y su necesidad de controlar burocráticamente a los mismos. Para ello, pone de relieve los planteamientos centrales de los expertos en religión y medios, destacando las dificultades de las teorías instrumentalistas y rescatando la visión cultural, que define un tipo de negociación entre los medios y los receptores. Analiza someramente a los teleevangelistas y la construcción de *púlpitos electrónicos* como una nueva manera de relación de los predicadores con la feligresía, tanto en el mundo católico como en el protestante. Desarrolla algunos casos de control de medios en el contexto mexicano y expone los criterios de censura del

* Doctor en Antropología. Profesor-investigador de la ENAH-INAH.

Derecho Canónico. Concluye que estamos en un momento muy complejo, donde los *medios* están siendo cuestionados por los receptores y tienen el desafío de construir cierta credibilidad.

Un error habitual de los analistas es hablar del “problema” de la religión en los *medios de información de masas*, en términos estrictos, hablaremos de las religiones, haciendo énfasis en la pluralidad religiosa, tomando como tal una gran diversidad de sistemas de visión del mundo que coexisten en las sociedades complejas y globalizadas. El caso mexicano difiere de otros países por dos cuestiones significativas, los *medios de información de masas* tienen una estructura oligopólica que no admite el ingreso de nuevos actores. Recientemente el intento de Telemundo de hacer una tercera cadena fue desmantelado y terminó asociándose con Televisa, desplazando a Univisión de dicha alianza estratégica.¹ En segundo lugar, aun cuando se abrieran los espectros televisivos y radiofónicos, la legislación prohíbe a las iglesias poseer *medios*, por lo que actualmente para transmitir programas de carácter religioso, las asociaciones religiosas solicitan un permiso especial que no puede extenderse más de seis meses. Estas situaciones constituyen algunas de las restricciones que caracterizan la cuestión religiosa en los medios mexicanos. Lo anterior contrasta, por ejemplo, con la situación brasileña, donde los teleevangelistas tiene una posición privilegiada en el contexto nacional, que permite a los analistas hablar de la noción de *marketing religioso* (Campos, 2000). El mejor exponente es la Iglesia Universal del Reino de Dios, también conocida en México como “Pare de Sufrir”.

Estos aspectos no impiden el análisis de las religiones en los medios, pues los temas religiosos están siempre presentes. La diversidad religiosa que se da incluso al interior de una iglesia; nos ha llevado a considerar como objeto de análisis a los sistemas religiosos: rituales, mitos y símbolos relativamente articulados y desarrollados por un conjunto de especialistas religiosos (Masferrer, 2004). En este mismo tenor, muchas veces se confunde religiones con iglesias. En nuestra perspectiva analítica, las iglesias son estructuras burocráticas, como lo señalara Max Weber, dedicadas a la

¹ La televisión mexicana es una de las más concentradas del mundo; hay 461 estaciones comerciales, de las cuáles 94% son propiedad de dos empresas: Televisa tiene 56% de las estaciones comerciales y TV Azteca 38%. Televisa es el único caso en el mundo donde una compañía tiene 4 señales de televisión abierta. Controla además dos tercios de la inversión publicitaria.

reproducción de uno o varios sistemas religiosos, a la transformación de los mismos, pero por sobre todo, a garantizar su propia reproducción como sistema organizacional.

Existe una tendencia a considerar el desarrollo de la diversidad religiosa como asociada a la expansión de protestantes y pentecostales en el campo religioso mexicano. Esto no es preciso. Durante la Colonia dicho campo era diverso y además de las religiones indígenas no podemos olvidar que aun el catolicismo también era plural, multiétnico y pluricultural, esto no sólo desde la perspectiva indígena, sino incluso desde el mundo europeo dominado por los Hausburgos.

Si observamos los *medios*² es interesante señalar que éstos contienen información religiosa, que en muchos casos es percibida como una cuestión “cultural”. Un clásico, la *Rama Dorada* de Frazer fue vista muchas veces como una recopilación de la sabiduría de los diversos pueblo; así, muchos analistas perciben esta obra como una colección de relatos, una obra literaria, y no como una compilación de textos religiosos. Del mismo modo, muchas veces se percibe actividades y creencias típicas de sistemas religiosos, particularmente orientales como programas de desarrollo personal, tal es el caso del yoga, programas de meditación, el uso de las *mandalas* y cuestiones similares, ello puede verificarse en el Canal de televisión por cable “Infinito” cuyo lema nos reclama: “abre tu mente”.

En términos estrictos asistimos a procesos de fusión de tradiciones religiosas diferentes y con bases filosóficas y religiosas contrapuestas, que son empleadas simultáneamente por distintos grupos sociales para satisfacer necesidades específicas, que a su vez se “des-contextualizan”, como es el caso de la Kabala, de origen judío, que puede ser asumido por Madonna, o ciertos aspectos de las tradiciones hinduistas que son empleadas por occidentales y aplicadas en contextos sociales y económicos distintos, un caso emblemático es el rol asumido por el Dalai Lama.

Las cuestiones religiosas son asumidas en forma sistemática y permanente por los medios de información de masas. Y ello nos lleva a la cuestión

² Nos referiremos así a los medios de información de masas, no los tomamos como medios de comunicación, pues la comunicación implica un proceso de interacción que no se concreta o que quienes los controlan no lo permiten; para muestra el caso reciente de la comunicadora mexicana Carmen Aristegui.

de quién o quiénes toman las decisiones de la transmisión, con qué criterios se eligen los programas y sus contenidos. Nuestra hipótesis de trabajo difiere radicalmente de las cuestiones legales vigentes. Según el texto constitucional las iglesias no pueden ser propietarias de medios de comunicación, y esto perjudica notablemente a los evangélicos más que a los católicos. Ello porque la inmensa mayoría de los medios están en manos de propietarios católicos, o lo que es más complejo, los grandes anunciantes, quienes manejan los caudales de compra de espacios y publicidad, están relacionados con la corriente de la teología de la prosperidad católica e imponen su línea editorial a los *medios*.

El reciente escándalo de la suspensión del financiamiento de la empresa Alpura a Canal 22, muestra que ni los medios públicos están exentos de estos excesos. En esta perspectiva consideramos que a la Iglesia católica no le interesa tener medios propios y correr con los riesgos administrativos y económicos. Le conviene mucho más influir sobre los contenidos de los mismos, en un espectro que abarca prácticamente la totalidad de los programas existentes, que competir con los propietarios de los medios, invertir en equipos, administración y eventualmente correr los riesgos de cualquier negocio. Un caso paradigmático de esta situación es la transmisión en los canales más importantes de televisión abierta de la víspera del 12 de diciembre desde la Basílica de Guadalupe.

En estas condiciones no se puede dejar de mencionar la existencia de A favor de lo mejor, A.C. y el Consejo de la Comunicación, A.C., ambos órganos de la iniciativa privada trabajan coordinadamente y están interesados en influir sobre los contenidos de los medios de comunicación. Es importante destacar que A favor de lo mejor hace énfasis en los valores de origen religioso, relacionados con comportamientos sexuales y familiares y, por su parte, el Consejo de la Comunicación, como órgano del Consejo Coordinador Empresarial, organización cúpula de la iniciativa privada mexicana, hace énfasis en cuestiones políticas, económicas y mercantiles.

A favor de lo mejor, actúa como *cartel*³ publicitario, lo que implica poner en marcha mecanismos de control de los contenidos emitidos por

³ Cartel: término tomado de la economía y se refiere a un acuerdo entre las empresas que controlan la oferta de productos determinados, generalmente terminan en acuerdos de precios que vulneran los principios de la oferta y la demanda. Es bastante habitual en situaciones oligopólicas.

los distintos medios. Un ejemplo de ello lo constituye la polémica en torno al programa televisivo “Big Brother”, un *reality show* que emitiría Televisa y que fue abiertamente boicoteado por A favor de lo mejor y un conjunto de empresarios influidos por la teología de la prosperidad. Finalmente, el programa se emitió con el apoyo de ciertas empresas cuyos productos requieren para su venta del empleo de mensajes “eróticos” o similares. Este caso mostró la vulnerabilidad del *cartel* publicitario y por tanto el hecho innegable de que los medios tienen también el desafío de mantener cierta credibilidad en la información que proporcionan y los programas que emiten deben resultar atractivos, expresando situaciones de la cotidianidad que viven los receptores, al igual que dar respuestas a sus expectativas y anhelos, ello sin descartar las situaciones propias de la lucha entre los operadores de los medios por el control de la audiencias.

La construcción de un púlpito electrónico

Es interesante destacar que la inclusión de la Iglesia católica no es nueva en el mundo de los medios electrónicos –sin dejar de mencionar su papel en los medios escritos–, Radio Vaticano, fundada en 1931, tiene más de 77 años de transmisión en distintas lenguas. Sin embargo, el problema se plantea cuando aparece la televisión y obliga a reformular el papel de la radio incluyendo las imágenes. Es interesante destacar que Radio Vaticano se especializó en información institucional y pastoral.

No obstante, la verdadera revolución en los medios religiosos fue cuando los protestantes, y particularmente los pentecostales y neopentecostales, encontraron en los medios una estrategia de evangelización y transformaron a las radios y luego la televisión en un “púlpito electrónico”. La noción de púlpito electrónico implica la conjugación de un predicador y un comunicador que tiene la capacidad de transmitir sus mensajes empleando un nuevo “soporte”: los medios electrónicos. Pero lo importante es que genera una nueva relación entre los medios, las religiones, las iglesias y los creyentes.

En un principio, en esta utilización de los medios se afianzaron las concepciones instrumentalistas, como bien lo señala Horsfield, generando

un vínculo entre acción y consecuencia, sirviendo para la definición de estrategias. Quien domina las técnicas puede alcanzar los resultados, suponiendo que se pueden cambiar a las personas controlando el mensaje. También implica una cierta concepción de hegemonía de las iglesias, considerando que éstas pueden transferir sus prácticas, mensajes, metáforas y concepciones del mundo (cuando las iglesias ven que esto no es posible suelen retirarse de los medios). La concepción instrumentalista asume la idea de que la audiencia es sumamente pasiva y los líderes eclesiásticos consideran que el control de la producción de mensajes salvaguarda su particular interpretación (Horsfield, 2007:61).

Este autor analiza y critica el papel de los televangelistas, quienes a su entender, si bien logran en un momento manejar cifras elevadas de recursos, no generaban nuevas conversiones y, en términos estrictos, incentivaban la rotación⁴ de los creyentes en los templos. Considera que es primordial “prestar más atención a la cultura de los medios y no tanto al análisis de cómo podían ser usados”, esta postura “pasa por alto el valor de las diferentes culturas y en parte porque no reconoce las posiciones propias de las iglesias tanto respecto a la cultura como frente a los medios y los intereses relacionados con estos”, recalca que esta actitud antagónica hacia los medios masivos y la cultura popular es todavía dominante entre los líderes de la Iglesia y los profesores de teología (Horsfield, 2007:63).

Como destaca el autor, para las iglesias tiene una particular fascinación concebir a los medios “fundamentalmente como instrumentos, porque ello refuerza la importancia de la Iglesia como institución dentro de una sociedad estructurada, al tiempo que encubre los intereses creados de aquellos que tienen el poder al interior de la institución”; ante ello, el autor plantea la “perspectiva cultural que desafía radicalmente esta determinación institucional”, considera que frente a “esta visión del conocimiento como algo desapasionado, es decir como la empresa del descubrimiento racional, la visión cultural comprende el conocimiento como construcciones en conflicto que reflejan los intereses creados de quienes realizan la construcción. En lugar de la concepción de que el sentido de la comunicación es creado

⁴ Se refiere al fenómeno de migración de los evangélicos y pentecostales a través de distintos templos y muchas veces de denominaciones religiosas diferentes, sin que sea percibido como algo conflictivo.

por el emisor del mensaje desde el lugar y momento de su producción, la visión cultural entiendo este sentido como una negociación entre el texto y el receptor en el lugar y momento de la recepción” (Horsfield, 2007:67).

Un aspecto que complica aún más los intentos de explicarse las dimensiones de las nuevas religiones es el surgimiento de predicadores profesionales, que si bien surgen de distintas denominaciones se independizan de las mismas y crean un servicio de predicación, que es requerido por distintas denominaciones (Cox, 1995). Estos predicadores poseen fuertes cualidades carismáticas y tienen distintos niveles de prestigio. Un segmento más sofisticado de este sector son justamente los llamados teleevangelistas, en este caso se le agrega una gran capacidad para transmitir sus carismas a través de la pantalla televisiva o de la radio. El trabajo no es sólo de predicación sino que incluyen el desarrollo de obras sociales, donde el empleo de los medios de información de masas es muy importante, pues les permiten llegar a sectores más amplios de la población y que en muchos casos no asistirían de primer intención a un templo o quizás no lo hagan nunca, pero será mediante estos recursos de comunicación que desarrollarán su vida espiritual. La televisión interactiva y la internet contribuyen a diversificar y a plantear formas alternas de involucramiento y participación religiosa a niveles y metodologías imposibles de imaginar hace pocos años.

Tanto los predicadores profesionales como los teleevangelistas, que pueden ser los mismos, según el caso, han creado un nuevo tipo de ministerio religioso que implica la desaparición del concepto tradicional de denominación, de templo o parroquia como de relación con el pastor o el sacerdote, habitualmente caracterizado por relaciones *cara a cara* y la posibilidad de un contacto físico potencial. Complementa el cuadro la conversión de figuras destacadas de los medios televisivos, quienes abjurando de sus pecados, critican su identidad artística con la que en muchos casos se hicieron famosos y plantean a sus *fans* una *nueva vida*, proponiendo nuevos comportamientos éticos y morales, a través de su *testimonio*, como el comediante argentino *El Gordo Porcel*, y las cantantes mexicanas Yuri o María del Sol. En todos estos casos, se presentan en términos genéricos como *evangélicos*, sin precisar una denominación, aunque es posible identificar la influencia del neopentecostalismo.

La competencia de los teleevangelistas con los grupos de pastores tradicionales ha sido muy grande, recientemente los teleevangelistas se

han desprestigiado por relaciones con prostitutas, escándalos financieros y de evasión de impuestos. Sin embargo, las penas aplicadas a un famoso teleevangelista, de 35 años por evasión de impuestos, cuando en el mismo estado y época a un parricida le habían aplicado apenas 15 años hace pensar a los especialistas que se trata de cruentos ajustes de cuentas entre líderes religiosos y el *stablishment*, sin descartar la verisimilitud de las faltas sancionadas.

En México, este fenómeno no es muy notable porque la Constitución prohíbe a las iglesias poseer medios de información de masas propios, y legalmente se requiere solicitar una autorización para cada transmisión. Sin embargo, cada vez más radios y televisoras tienen programas religiosos permanentes.

Esta reformulación de la concepción de templo no es exclusiva de los evangélicos, en la investigación que se desarrolló con motivo de la Segunda y Tercera Visitas Pastorales del Papa Juan Pablo II a México, un grupo importante de católicos nos comentaron que habían recibido la bendición papal, al preguntarles *dónde*, la respuesta era que a través del televisor. Muchos de nuestros entrevistados se habían arrodillado y orado frente al aparato durante las transmisiones en vivo de las Visitas. Estos elementos nos hacen considerar que pronto en México un espacio significativo de las prácticas religiosas se dará también mediante estos recursos, que obligan a reformular los conceptos tradicionales de templos y de denominaciones o iglesias.

El caso de la película *El crimen del padre Amaro*

Terminada la Quinta Visita de Juan Pablo II a México, se iniciaron los preparativos para la presentación de la película *El crimen del padre Amaro*, la Iglesia se lanzó a boicotear su proyección, gracias a lo cual logró llenos totales en los cines aportando el mayor éxito de taquilla en el año, una postulación al Oscar y numerosos premios Ariel. Los datos de audiencia “púdicamente” dejaron de informarse después que lograran seis millones de entradas vendidas. Una catástrofe institucional que sirvió para mostrar la distancia del clero de su propia feligresía. Días después, varios escándalos mostraron que la realidad es más rica que cualquier ficción. Para citar sólo

algunos casos, un sacerdote de pueblo falleció y sus cuatro hijos y la madre de los mismos se enfrascaron en agria disputa con la diócesis y los hermanos del cura por seis millones de pesos de herencia. La Interpol detectó un sacerdote acusado de pederastía en Italia. Originario de Durango, la misma tierra del Cardenal Rivera, oficiaba misa en una parroquia del Distrito Federal. Por si faltaba algo más, un sacerdote decidió videgrabar los encuentros sexuales con su secretaria y en una rocambolesca historia fueron generosamente difundidos por todos los medios. Podríamos agregar casos más recientes, pero no son necesarios; si observamos con cuidado podemos inferir que el punto de ruptura de la sacralidad de la Iglesia fue por el cuestionamiento de la castidad como modelo de santidad y la vigencia del doble discurso como prueba de la inconsistencia institucional.

Los sucesos conocidos sobre la Iglesia estadounidense hubieran pasado desapercibidos en otro momento o más precisamente no se hubieran conocido; sin embargo, en un mundo globalizado la información fluye y el éxito de las cadenas televisivas, radiales y periodísticas están altamente correlacionadas con la noción de ganar la primicia; asimismo, el predominio de los medios estadounidenses, una superpotencia en manos de protestantes, hace considerar que éstos no tienen ningún problema en mostrar las debilidades de los católicos romanos, que en su mayoría son hispanos, un grupo cuyo peso cada vez mayor preocupa al establecimiento protestante. Para el cartel mexicano de la publicidad sería imposible bloquear las empresas de noticias estadounidenses.

El caso Marcial Maciel

Los mecanismos de control en los medios no eran “visibles” hasta la emisión, en Canal 40, de una entrevista a ex sacerdotes y ex seminaristas que se declaraban abusados sexualmente por Marcial Maciel, fundador y Superior General de la Legión de Cristo; simultáneamente se publicaron reportajes en el periódico *La Jornada* sobre el mismo tema. El resultado final fue la quiebra de Canal 40 por el retiro de la publicidad y en el caso de *La Jornada* el periodista fue sutilmente renunciado. La sombra de la quiebra de Canal 40 fue algo que era constantemente destacado por

conductores y productores de programas cuando se les proponían temas “audaces” en materia religiosa.

Sin embargo, el asunto no terminó allí. Javier Solorzano y Carmen Aristegui, los conductores del programa de televisión *Círculo Rojo*, que trataron extensamente el caso de Marcial Maciel, fueron prácticamente “corridos” de la empresa que editaba el programa y *Círculo Rojo* salió del “aire”. Toda la prensa realizó entrevistas y notas sobre el caso Maciel que incluyeron amplias entrevistas al Padre Alberto Athié, quien describió con lujo de detalles el hostigamiento que el Cardenal Norberto Rivera le hiciera por insistir en denunciar ante el Papa a Maciel, “es una persona de todas las confianzas de Su Santidad”, fue la respuesta a Athie. Finalmente agobiado por las presiones renunció al sacerdocio con una detallada carta donde narraba hechos y contextos.

Este comportamiento corporativo no es una creación mexicana, Horsfield describe los problemas que tuvo cuando salió a defender a mujeres abusadas sexualmente por clérigos, al respecto comenta que

[...] las apuestas culturales y los intereses creados por los líderes de la Iglesia, y los extremos hasta los que pueden llegar para proteger dichos intereses. La comprensión de las dinámicas de poder dentro de las iglesias ofrece una buena base para volver a examinar cómo y por qué se formula la teología, cómo el poder es y ha sido usado para suprimir la diferencia en aras de alcanzar lo que se ha llamado la unidad cristiana y cómo son controladas las comunicaciones para proteger los intereses de ciertos grupos particulares y no de otros [2007:66].

Mayo y junio de 2002 fueron meses aciagos para la Iglesia católica y los legionarios, jaqueados por todas partes, y como reflejo local del escándalo en Estados Unidos estaban prácticamente acorralados, hasta que los todopoderosos anunciantes amigos de la Legión, que prácticamente controlan 65 por ciento del mercado publicitario, negociaron con los medios suspender todo el asunto hasta después de la visita del Papa, prevista para el mes de agosto, donde se canonizaría a Juan Diego y beatificaría a los Mártires de Cajonos. Con esta medida y la autocensura en los medios, el tema desapareció del horizonte mediático.

Entre enero y mayo de 2003 hubo un par de novedades editoriales: Alejandro Espinosa publicó *El Legionario*, un libro autobiográfico donde

narra sus amargas experiencias y abusos sufridos en la Legión de Cristo; por su parte, Marcial Maciel publicó *Mi vida es Cristo*, a modo de entrevista con Jesús Colina, allí confirma la existencia del voto de caridad,⁵ según el cual “se compromete a no criticar los actos del superior delante de aquel que no puede resolver un determinado problema o conflicto” (Maciel-Colina, 2003:127), que según Espinosa consistía en “el voto secreto”: “No criticar al superior”, “nadie se atreve siquiera a comentar esa intimidad. Todos inermes, quieren que Dios tome su lugar, actúe con ellos, juzgue; se hunden en el cómodo abandono para hacer nada, envueltos en su niebla de temor, incertidumbre, que les cierra ojos y conciencia” (Espinosa, 2003:207). Maciel respondería que “esta crítica no se haga ante quien es impotente para resolver los posibles conflictos. Nos ayuda también a extirpar la maledicencia y, de modo positivo, favorece el espíritu de *benedicencia*, ese saber en todo momento habla bien de las demás personas, destacando sus cualidades, sus talentos, sus virtudes y, silenciando, si fuera el caso, sus defectos o errores, para crearle un ambiente de estima y de acogida” (Maciel-Colina, 2003:128).

A finales de 2001, el periodista español Alfonso Torres Robles editó una prolija investigación, *La prodigiosa aventura de los Legionarios de Cristo* (2001), que estuvo entre los libros más leídos en España a finales de 2001; sin embargo, en México no era distribuido por la representante de Editorial Akal-Foca. La cuestión se complicó con el alud de denuncias por abuso sexual y encubrimiento contra la jerarquía católica estadounidense. La Asamblea del Episcopado mexicano realizada en abril de 2002, dedicada a estudiar la educación religiosa y la libertad religiosa, planeada como un paso conceptual a la instauración de algún tipo de educación religiosa en las escuelas, terminó en forma catastrófica. Los obispos interrogados por los periodistas sobre los abusos religiosos contestaron en forma poco afortunada, lo más crítico fue cuando respondieron que “la ropa sucia se lava en casa”, con lo cual resucitaron los fantasmas del fuero religioso y el encubrimiento.

La presión social hizo que finalmente se distribuyera el libro de Torres Robles y el estoque final fue dado por Televisa cuando se transmitió un

⁵ Este voto es adicional a los tradicionales de pobreza, castidad y obediencia. Fue eliminado por instrucciones de la Santa Sede en 2007.

programa dedicado a los abusos sexuales de Marcial Maciel contra un grupo de seminaristas, una entrevista semejante a la que difundiera en 1997 Canal 40, aunque como ya señalamos Circulo Rojo fue excluido de Televisa.

Es interesante recordar un aspecto del libro de Torres Robles; en la página 192 describe las denuncias por abusos sexuales cometidos en el Colegio Cumbres en 1983 por Eduardo Enrique Villafuerte Casas Alatraste, subjefe de prefectos, llamado *el Wicho* por los alumnos. Con fuertes repercusiones en la prensa, fue rápidamente acallado con presiones a los padres, quienes retiraron las denuncias, excepto una madre, Helsa Hemkes, quien llevó el juicio hasta sus últimas consecuencias. Villafuerte fue condenado a 10 años de prisión y el director del Centro, el sacerdote legionario Eduardo Lucatero Álvarez, a varios meses de prisión por encubrimiento, aunque nunca pisó la cárcel y desapareció del horizonte. Al *Wicho* le fue peor: pocos meses después de ingresar a la cárcel fue asesinado, según me explicó un exalumno del Cumbres; le pregunté si había alguna pista sobre el incidente y su respuesta fue contundente: “Algún padre de los niños abusados ¿Quién sabe?”, remató. “Eran como cien niños los abusados”, llegó a decirme la madre de dos niños del Cumbres en una entrevista, “treinta fueron los que se animaron, pero después se retractaron”, concluyó.⁶

Es interesante destacar que la plana mayor de Televisa, conocidos en el medio como los “cuatro fantásticos”, tenían 15 años en 1983 y estudiaban en el Cumbres. Cabe comentar que en las versiones recientes del *currículum vitae* del Tigrillo Azcárraga han desaparecido las menciones a las escuelas de la Legión y los tres semestres de Comunicación que inicialmente mencionaba, fue sustituida por un *bachelor* en Estados Unidos. Esta situación quizás explique el comportamiento errático que toman sobre el asunto, en un momento permiten las entrevistas a los denunciantes de Maciel, pero luego presionados por los “grandes anunciantes” los destituyen.

El 19 de mayo de 2006 se anunciaba la muerte canónica de Maciel, el *Vatican Information Service* informó que:

A partir de 1998, la Congregación para la Doctrina de la Fe recibió acusaciones, que ya en parte se hicieron públicas, contra el padre Marcial Maciel Degollado, fundador de la Congregación de los Legionarios de Cristo, por delitos reservados

⁶ Notas de campo, 2003 y 2006.

a la competencia exclusiva del dicasterio. En 2002, el padre Maciel publicó una declaración para negar las acusaciones y para expresar su descontento por la ofensa recibida por algunos ex Legionarios de Cristo. En 2005, por motivos de edad avanzada, el padre Maciel abandonó el cargo de Superior General de la Congregación de los Legionarios de Cristo.

Tras haber sometido los resultados de la investigación a un estudio atento, la Congregación para la Doctrina de la Fe, bajo la guía del nuevo prefecto, el cardenal William Joseph Levada, decidió –teniendo en cuenta tanto la edad avanzada del padre Maciel, como su delicada salud– renunciar a un proceso canónico e invitar al padre a una vida reservada de oración y de penitencia, renunciando a todo ministerio público. El Santo Padre aprobó estas decisiones. Independientemente de la persona del fundador, se reconoce con gratitud el benemérito apostolado de los Legionarios de Cristo y de la Asociación “Regnum Christi”.⁷

Es interesante analizar los comentarios periodísticos y el lenguaje ambiguo empleado por la Iglesia, por una parte menciona “delitos reservados a la competencia exclusiva del dicasterio”, se aclara que por la avanzada edad no se le haría el juicio canónico y se le pide que renuncie a todo ministerio público, exigiéndole un comportamiento similar al de un sacerdote suspendido *a divinis*, “se le invita a una vida reservada de oración y penitencia”. Termina planteando que “Independientemente de la persona del fundador, se reconoce con gratitud el benemérito apostolado de los Legionarios de Cristo y de la Asociación ‘Regnum Christi’”. Quienes defendían a Maciel le reconocía que tenía “buenos frutos”. La muerte física de Marcial Maciel el 29 de enero de 2008 fue una cuestión digna de estudio. Todos los medios publicaron desde apoyos a Maciel hasta críticas al difunto, destacando las acusaciones de pederastia.

Esta extensa narración de acontecimientos nos coloca frente a varios problemas inéditos que representan verdaderos desafíos para los científicos sociales de las religiones, la validez de nuestros trabajos de investigación y el impacto que nuestras conclusiones representan en la sociedad.

Una primera pregunta es si realmente sucedieron los hechos que se describen anteriormente. Los periodistas y las organizaciones de derechos

⁷ Op/Legionarios Cristo/Maciel VIS 060519 (330).

humanos dan una gran validez al testimonio de los disidentes y víctimas de las organizaciones religiosas. Los antropólogos vemos la opinión de los disidentes como una de las versiones y la opinión de las cúpulas religiosas como otra versión, pensamos que en temas tan controvertidos los procedimientos de verificación deben ser muy cuidadosos, pero damos mucha importancia a la concordancia de fuentes alternas, independientes y diversificadas. Los abogados, en cambio, dan una gran prioridad a la sentencia judicial, a los aspectos formales del derecho y a la presunción de inocencia. Es evidente que la mayoría de las violaciones y abusos sexuales no fueron denunciados en el plazo de 6 meses como marca la ley. Por todo esto es improbable que algún Agente del Ministerio Público consignara al indiciado, si sabe de antemano que el plazo de denuncia del presunto delito está prescrito. Sin embargo existen múltiples investigaciones científicamente válidas que explican perfectamente por qué una víctima de abuso sexual, y más cuando el agresor es un líder religioso, puede tardarse o negarse a levantar una denuncia penal.

La legislación estadounidense da un plazo (hasta los 26 años) para menores abusados y son válidos los dictámenes de peritos; con estos recursos la Iglesia católica ha perdido varios juicios en Estados Unidos y se hizo acreedora a una multa por 114 millones de dólares por abusos a menores y obstrucción a la justicia en ese país; varios sacerdotes fueron encarcelados, obispos y arzobispos tuvieron que renunciar, Monseñor Law, el cardenal de Boston, fue citado a declarar bajo juramento debió reconocer sus actividades de encubrimiento y renunciar. Finalmente, fue filtrada una orden interna del Vaticano de los años sesenta, donde daba instrucciones precisas bajo pena de excomunión de encubrir y evitar que cualquier acción de estas características llegara a la justicia civil de los respectivos países. En los momentos que escribimos estas líneas, la Iglesia católica lleva pagados más de 1 500 millones de dólares, sin contar las indemnizaciones acordadas discretamente. La Arquidiócesis de Los Ángeles pagó 550 millones de dólares en un acuerdo extrajudicial.

A su vez, en la sociedad se asumen decisiones basadas en el sentido común y una crítica del *doble discurso*. Le da alta confiabilidad a lo que digan las víctimas, confía bastante en los periodistas y en los científicos sociales y tiende a desconfiar de los abogados, de los funcionarios y de las cúpulas religiosas.

La sociedad está convencida de que existen numerosos ilícitos que quedan impunes gracias a los abogados que defienden habitualmente con eficiencia a quienes tienen dinero; estima que los delitos sexuales se denuncian pocas veces, pues la víctima tiene la convicción de que el delito quedará impune y será víctima del escarnio público, manipulado por el propio agresor. Una denuncia implica a su vez la presunción de que existen muchas que no se atreven a realizarlas.

Una mención especial debe ocupar el papel de la radio y la televisión en la dinámica de los sistemas religiosos. La televisión crea una *realidad virtual* donde los observadores del debate tienen la convicción de la certeza del resultado, pero además evalúan aspectos subjetivos del comportamiento como gestos y ademanes.

Es importante destacar que el control de los medios locales se mantiene con bastante rigidez; es notable que los prelados católicos que aparecen en los medios son habitualmente de la teología de la prosperidad, la opción preferencial por los ricos, que no representan más de 7 prelados de la Conferencia del Episcopado, mientras que otras tendencias y particularmente la teología de la liberación, no tienen presencia. El bloqueo informativo incluye a la Conferencia de Superiores de Institutos Religiosos, que involucra a 24 mil religiosas y 4 mil religiosos. Muchos ni siquiera saben que exista. Es notable el relieve que se brinda al Cardenal Primado Norberto Rivera, mientras que el presidente de la Conferencia del Episcopado Mexicano no sólo no tiene una presencia similar, sino que muchos consideran erróneamente que el jefe de la Iglesia Católica en México es el Cardenal Rivera.

Los medios tampoco reflejan la existencia del mundo evangélico; estos grupos representan 15 por ciento de la población mexicana y crecen constantemente; sin embargo, no figuran en los medios, al menos que compren tiempo aire y a tarifas sumamente altas. Se está dando el caso de propietarios radiofónicos católicos de teología de la prosperidad que se fondean con los programas que venden a los evangélicos. Recientemente un pastor responsable de comunicación de una iglesia me comentaba indignado cómo un medio quería sacarle altas cifras de dinero para darles ciertos espacios de ínfima presencia. La pregunta es, ¿si se abrieran los medios a las iglesias, los evangélicos podrían comprar una radio o una

estación de televisión abierta, se les daría un espacio en el espectro mediático?

¿Libertad de expresión en la Iglesia católica?

Es importante saber que la Iglesia católica tiene un discurso donde reivindica la libertad de expresión, que debe entenderse primordialmente como su derecho a expresarse, y que se combina con la noción de respeto a las creencias, este último un término muy apreciado pero que tiene muchas aristas. Sin embargo, lo anterior se contradice con el trato que da a su propio personal. Por ello, es interesante analizar el Código canónico en su última versión de 1985, promulgado por Juan Pablo II. El canon 823 plantea que las autoridades eclesíásticas deben cuidar que “ni los escritos ni la utilización de los medios de información social dañen la fe y las costumbres de los fieles cristianos”, deben “exigir que los fieles sometan a su juicio los escritos que se vayan a publicar y tengan relación con la fe y las costumbres” además “de exigir que los fieles sometan a su juicio los escritos que vayan a publicar y tengan relación con la fe y las costumbres”, así como “reprobar los escritos nocivos”, los cánones 824, 825 y 826 exigen que los textos empleados en instituciones católicas e incluso vendidos en sus librerías deben ser aprobados por el Ordinario local (el obispo). El canon 830 plantea que respetando al Ordinario local la Conferencia Episcopal elaborará “una lista de censores, que destaquen por su ciencia, recta doctrina y prudencia” o “también constituir una comisión de censores”. Esto no es suficiente, pues aun con dictamen positivo del censor, “el Ordinario concederá, según su prudente juicio, la licencia para su edición”. Más duro es el canon 831, plantea que “no escriban nada, los fieles en periódicos, folletos o revistas que de modo manifiesto suelen atacar a la religión católica o a las buenas costumbres”. Más riguroso aún, marca que compete a la Conferencia Episcopal dar normas y requisitos para que “clérigos y miembros de institutos religiosos puedan tomar parte en emisiones de radio o televisión”. Cómo lo sintetiza Enrique Maza (2006:64), “la censura previa permanece en la Iglesia por ley y se expresa como un control a favor de la doctrina segura”.

Conclusiones

Nuestra presentación muestra las características peculiares del caso mexicano, un contexto donde los medios están constreñidos en su desarrollo por el sistema legal vigente que limita a las iglesias en los medios, a la vez que protege los oligopolios mediáticos eliminando la competencia. Por otra parte, ante la carencia de medios públicos, son los grandes anunciantes que operan como un *cartel* quienes limitan y controlan los contenidos. Sin embargo, la presión de la sociedad civil que reclama información, espacios y el desarrollo de nuevas propuestas de calidad hace que los medios deban tratar de mantener al menos ciertos niveles de credibilidad. La respuesta social se ha expresado con el respaldo a películas que confrontan y tratan temas de la vida cotidiana de los religiosos, libros que expresan las tensiones entre las creencias y los dogmas, como el *Código da Vinci*, y programas de radio que tratan sobre los acontecimientos como es el caso de Carmen Aristegui. La exigencia social de que los medios concuerden al menos parcialmente con la realidad y las experiencias sociales ponen constantemente en crisis a los *medios*.

Los énfasis que dan los *medios* a las propuestas instrumentalistas son el “Talón de Aquiles” de los mismos. Los receptores tratan, a pesar de todas las dificultades, de expresarse y reclaman sus propios espacios, lo más notable de estos procesos aparentemente espontáneos son la construcción de *púlpitos electrónicos* y *formas de teleevangelismo*, con los sesgos de la realidad nacional. Las dinámicas de la presencia de lo religioso en los medios son parte dramática y silenciosa de los procesos de construcción de ciudadanía y formas de vida democrática en la sociedad mexicana.

Bibliografía

- Cox, Harvey (1995), *Fire from Heaven. The Rise of Pentecostal Spirituality and the Reshaping of Religion in the Twenty-first Century*, Addison-Wesley P., Reading.
- (1985), *La religión en la sociedad secular. Hacia una teología posmoderna*, Sal Terrae, Santander.
- (1988), *Many Mansions. A christian's Encounter with Other Faiths*, Beacon Press, Boston.

- Espinosa, Alejandro: *El Legionario*, Grijalbo, México, D.F., 2003.
- Geertz, Clifford: *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona, 1989
- Horsfield, Peter (2007), “Teología, Iglesia y medios: contornos de un mundo cultural cambiante”, en Horsfield, Peter, Mary E. Hess, Adán M. Medrano y Juan Carlos Enríquez (eds.) (2007), *Medios y creencias. Perspectivas culturales del cristianismo en el entorno mediático*. Plaza y Valdés/Universidad Iberoamericana, México, pp. 59-72.
- Masferrer Kan, Elio (2004), *¿Es del Cesar o es de Dios? Un modelo antropológico del campo religioso*, Plaza y Valdés/CIICH/UNAM, México.
- (2004), “Crisis de credibilidad. Sexo, poder y sacerdocio”, en *El círculo del poder y la espiral del silencio*, Grijalbo, México, pp. 157-184.
- Maza, Enrique (2006), *La libertad de expresión en la Iglesia*, Océano, México.
- Silveira Campos, Leonildo (1997), *Teatro, Templo e Mercado: Organização e Marketing de um Empreendimento Neopentecostal*, Vozes-Simposio-UMESP, Petrópolis. Existe versión en castellano, *Teatro, templo y mercado. Comunicación y marketing de los nuevos pentecostales en América Latina*, Abya Ayala, Quito, 2000.
- Torres Robles, Alfonso (2001), *La prodigiosa aventura de los Legionarios de Cristo*, Foca, Madrid.