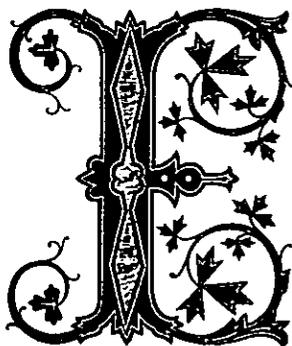


▲ STEWART M. HOOVER*

Los mundos convergentes de la religión y los medios**



Esta es la tercera conferencia en seis años sobre *medios, religión y cultura*. Como todos ustedes saben, la primera tuvo lugar en 1993 en Uppsala, Suecia. Quienes asistieron a esa reunión compartieron la sensación de que nos encontrábamos en el comienzo de un tema bastante nuevo e importante. Todos sabíamos que había desafíos mayores para comprender la religión en la era de los medios de comunicación y que el discurso de expertos, profesionales y laicos sobre el tema estaba todavía en una etapa rudimentaria.

Pronto supimos que existía un grupo, cada vez mayor, de colegas de todo el mundo que compartían este interés y que el tema estaba adquiriendo una mayor importancia. Para apoyar ese impulso se creó el Grupo de Uppsala como un espacio académico para discutir estas preocupaciones, y con la ayuda y el apoyo de otras personas pudimos llevar a cabo la segunda conferencia internacional en Boulder, Estados Unidos, en 1996. Ahora nos hemos reunido en Edimburgo por tercera vez y —como sucedió en Boulder— el interés de esta reunión ha sido tan grande que los organizadores, de nuevo, han tenido que rechazar solicitudes de participación. En los años transcurridos entre un encuentro y otro ha habido

* Profesor y decano de la Facultad de Periodismo y Comunicación Masiva de la Universidad de Colorado, Boulder, 80309, EE.UU. hoover@colorado.edu. Fax: 303-492-0969

** Discurso de apertura: Conferencia sobre medios, religión y cultura. Edimburgo, julio de 1999. Original en inglés. Traducción de Emma Cristina Montaña. Coordinadora del Área de Traducción. Departamento de Lenguas, Universidad Javeriana.

otras reuniones, publicaciones y diversas actividades. Mencionaré sólo un ejemplo importante y reciente: la conferencia sobre religión y televisión que se llevó a cabo en Heidelberg en febrero de 1999.

Estos sucesos marcan un momento importante en el desarrollo de la reflexión global sobre religión y medios de comunicación, porque permiten que tanto los académicos como los profesionales en medios y las voces del mundo religioso, representados en las tres conferencias sobre MRC, se comuniquen e interactúen para aprender entre sí. Hablando como alguien que en el curso de su carrera ha trabajado en los tres 'campos', diría que este intercambio ha hecho que el movimiento sea, a la vez, apasionante y satisfactorio. El trabajo fundamental, por supuesto, ha sido realizado por pioneros en cada uno de estos campos. Es el caso de organizaciones como la WACC que han estado activas durante décadas promoviendo el diálogo global sobre estos temas.

Mi propósito es centrarme en una de estas comunidades: la académica. Si bien estamos en un momento crucial —como estoy convencido de que lo estamos— los académicos tienen que desempeñar un papel importante en la descripción de este momento y en la fundamentación de lo que vendrá luego. Así pues, espero que esta charla les sirva a los académicos como aproximación a estas reflexiones. Describiré lo que veo actualmente y lo que podría venir después, al menos para quienes creemos estudiar y nos atrevemos a opinar sobre los mundos de la religión y los medios de comunicación.

¿Por dónde empezar a elaborar una teoría normativa de la religión en los medios de comunicación cuándo tenemos semejante cacofonía de textos, imágenes y símbolos? Mi argumento es que esta aparente complejidad se puede resolver si se analiza desde una perspectiva diferente de la que hemos adoptado en el pasado.

He titulado este texto "Los mundos convergentes de la religión y los medios", porque considero que la esfera religiosa y la de los medios de comunicación se están acercando de maneras que aún no entendemos ni podemos explicar totalmente. Esta convergencia no es nueva: la religión y los medios siempre han estado íntimamente relacionados, puesto que en épocas anteriores a la modernidad, la religión orgánica o auténtica se expresó, se representó y se entendió a través de los 'medios' de la época —la palabra hablada, el drama, la música y las artes creativas—.

Pero lo que llamamos 'los medios' vino después. Cuando se usa ese término, pensamos en la



tecnología, las instituciones y las prácticas sociales que surgieron en la primera etapa de la modernidad como resultado de la revolución de la imprenta. El desarrollo de la imprenta, que se dio antes de Gutenberg en Asia, surgió en una era en la que tanto las técnicas de comunicación como su organización y dirección to-

maron un giro revolucionario. Hemos pensado en el impacto de Gutenberg en relación con la confianza de la Reforma Protestante en la palabra escrita y el establecimiento de la comunicación lineal como *lingua franca* de la religión moderna en Occidente. Pero Gutenberg tenía otra implicación profunda.

Elizabeth Eisenstein demostró hace dos décadas que la imprenta estableció tanto las bases institucionales como las bases económicas para lo que concebimos hoy como medios de comunicación. Los tipógrafos, lo mismo que los editores, participaron en la reorganización del poder social, cultural y estatal en la modernidad, y hoy aceptamos como un hecho que las industrias de la conciencia —como suele llamárseles— desempeñan un papel casi tan prominente como el de la religión antes de la Reforma. De este modo, dichas industrias han venido a desafiar el poder y la autoridad legitimante de la Iglesia y el Estado, y esas tres instancias (religión, medios y Estado) existen, ahora, en una especie de alianza negociadora inquietante en Occidente y en el ámbito global.

Estos cambios en la religión y los medios se sumaron integralmente a otra consecuencia de la modernidad: el

Los cambios en la religión y los medios se sumaron integralmente a otra consecuencia de la modernidad: el surgimiento del individuo. La autonomía individual es una idea ilustradora, moderna y racionalista; tanto la religión como los medios, actuales, dependen fundamentalmente de dicha autonomía individual.

surgimiento del individuo. La autonomía individual es una idea ilustradora, moderna y racionalista; tanto la religión como los medios, actuales, dependen fundamentalmente de una creencia en dicha autonomía individual. Ni la religión ni los medios de comunicación son totalmente determinantes de la práctica social y cultural que se hace en ellos mismos.

En la modernidad, los dos han tenido que enfrentarse a un público a veces desobediente e imprevisible y los dos han tenido que adaptarse a las condiciones cambiantes de la acción social en el ámbito privado. De ésta y de otras maneras, la religión y los medios de comunicación han permanecido unidos. Tratemos de entender qué tienen en común y describamos sus diferencias y conflictos.

Las maneras que hemos encontrado para explicar la religión y los medios durante las últimas décadas han tendido a no reconocer que estas dos esferas tienen mucho en común. Por el contrario, nos hemos centrado en sus **distinciones y diferencias**. Los primeros estudios analizaban los 'efectos' que cada una tiene sobre la otra. La investigación y la literatura sobre teleevangelismo, que se inició en los años setenta, mantuvo esta tradición como lo hicieron los estudios sobre la construcción o el tratamiento de la religión y los temas religiosos *per se* en el mundo del entretenimiento y el periodismo.

Sin embargo, esta noción dualista de religión y medios necesita ser repensada. En primer lugar, el dualismo nos ha animado a concebir la religión y los medios sólo como esferas en competencia. De alguna manera lo están, pero, de otra, estas esferas se integran a la última etapa de la modernidad; necesitamos estar preparados para entender cómo sucede esto, pues el dualismo también tiende a asociarse fácilmente con las nociones de sacralidad y profanidad. A menudo la esfera de los medios se ve, necesariamente, como una esfera 'profana' en conflicto con la esfera sagrada de la religión. Esta visión no se apoya en evidencia; retomaré este punto más adelante.

El dualismo también ha tendido a ubicarse con demasiada facilidad en el positivismo social. Puesto que nuestras sensibilidades teóricas y metodológicas se han centrado en los 'efectos' de los medios de comunicación sobre la religión o viceversa, el resultado ha sido la planeación de soluciones adecuadas. En consecuencia, el rango de aspectos estudiados se ha reducido a aquellas que son realizables o solucionables.

El dualismo es todavía más limitado en cuanto que sólo puede concebir la religión y los medios en ciertos niveles. Es en el ámbito institucional en el que

podemos ver más claramente, dichos aspectos de manera dualista. La religión y los medios están separados institucionalmente y son autónomos (en la mayoría de los casos) aunque incluso esa distinción tienda a desaparecer. Por lo demás —yendo más allá de la institución y la estructura— los medios y la religión están más unidos que separados.

El importante estudio histórico realizado por Sally Promey ha mostrado que ese dualismo está relacionado de manera bastante directa con lo que conocemos como teoría de la "sociedad de masas". Esta idea surgió durante la posguerra y tomó su forma y características particulares de la teoría crítica de la Escuela de Fráncfort. El propósito general era demostrar que entre las consecuencias de la modernidad se encontraba el atomismo social y moral que podría conducir a la expansión de ideologías como el fascismo. Se pensaba que los medios de comunicación representaban un importante papel en tales procesos, llevando a las masas a la aceptación de estas influencias, reemplazando los lazos de afinidad o influencia cultural perdidos, o desviando su reflexión sobre las verdaderas causas y consecuencias de sus condiciones de vida.

Promey le ha dado un impulso a nuestro pensamiento al mostrar que existe una relación directa entre la idea de una sociedad de masas y la aproximación particular a los medios de comunicación hecha por los pensadores religiosos de Occidente a mitad de siglo. En particular, Promey señala la influencia de Paul Tillich y los Niebuhrs. La consecuencia más significativa de su influencia fue la noción de que los símbolos y las ideas religiosas sólo podían encontrar expresión normativa en las expresiones más elevadas de los medios, es decir, a través de las bellas artes, la literatura y, más tarde, a pesar de muchos, a través del cine.

Estos dos supuestos —el dualismo por un lado y por el otro una preferencia por el arte 'culto' por encima de las formas de expresión populares o 'bajas', influida por la sociedad de masas— han orientado, en



gran medida, la manera como la elite y los académicos entienden la religión en la era de los medios. Los dos se apoyan en un tercer supuesto también significativo. Tiene más sentido el estudio tanto del dualismo como del elitismo para el análisis de textos, mensajes, imágenes y objetos que la observación de prácticas, percepciones y significados elaborados por el público, los seguidores y las comunidades que los reciben.

Siempre me ha sorprendido que el discurso sobre los medios de comunicación y la religión haya estado tan al margen del resto del saber. He sido muy crítico de la tendencia de los estudiosos de los medios a ignorar la religión. Al mismo tiempo, sin embargo, el pensamiento religioso acerca de los medios ha estado ciego frente a los desarrollos alcanzados en estudios seculares. Esta ceguera le ha permitido al dualismo y al elitismo continuar siendo los pilares del estudio religioso de los medios mientras ambas ideas han caído en una crítica decadente en el contexto más amplio del saber.

Muchos de los estudiosos contemporáneos, particularmente los influidos por los desarrollos alcanzados en este lado del Atlántico, abandonaron desde hace mucho tiempo la idea de que la esfera de los medios de comunicación está, de alguna manera, separada de la cultura 'auténtica' y de la vida real de los individuos. Pues, también han llegado a entender que debemos trascender la idea de que la única expresión cultural digna es la que se aprecia en el arte 'de altura' o en la literatura. En muchos campos, el objetivo actual del conocimiento es entender la vida real y las experiencias vividas por gente real, no ideal.

El giro interpretativo hacia la historia de la cultura, el feminismo y los estudios culturales en la investigación social; la influencia de la antropología y el folclore en estos campos, el surgimiento de una nueva y vibrante estética culturalista orientada socialmente en varios ámbitos y el desarrollo de álgidos debates sobre la modernidad, la posmodernidad, el estructuralismo y el posestructuralismo, han impulsado el saber en nuevas direcciones.

De una manera importante, la convergencia de la que hablo en el título de mi conferencia se refiere a las tradiciones del saber. Como lo he dicho muchas veces, veo que los campos convergentes del conocimiento sobre la religión y de los medios se orientan hacia un mismo punto. Los dos se interesan cada vez más en las prácticas de elaboración de significado en las culturas contemporáneas reales. Los dos están llegando a entender que el progreso significativo se puede alcanzar adoptando una

Veo que los campos convergentes del conocimiento sobre la religión y de los medios se orientan hacia un mismo punto. Los dos se interesan cada vez más en las prácticas de elaboración de significado en las culturas contemporáneas reales. Los dos están llegando a entender que el progreso significativo se puede alcanzar adoptando una ética interpretativa o constructivista y los dos se interesan, cada vez más, en nuevos métodos y sus posibles combinaciones.

ética interpretativa o constructivista y los dos se interesan, cada vez más, en nuevos métodos y sus posibles combinaciones.

Hemos aprendido mucho del tipo de trabajo que nos ha precedido, y esta conferencia tiene como propósito presentar algunos de los mejores de esos esfuerzos. Repasemos algunas de las categorías de cuestionamiento sobre los medios y la religión que han aparecido durante las últimas cuatro décadas o más. A propósito, admitiré con tranquilidad que ésta es mi visión idiosincrásica. Otros podrían dividir el mundo de maneras completamente diferentes.

Como lo he señalado, una buena parte del conocimiento sobre medios y religión asumido por el saber institucional religioso, al menos en los círculos teológicos cristianos, ha estado dominado por una preferencia por el arte de altura. Esto significa que ha habido una preponderancia relativa de estudios sobre el cine en lugar de la televisión o la música popular, por ejemplo, tendencia que afortunadamente está cambiando. Ciertamente mucho de este trabajo es bastante bueno y revelador. Sin embargo, para un estudiante de medios de comunicación, puede ser evocador de las largas discusiones teóricas sobre estos medios. Pienso particularmente, en los debates que se daban hace casi dos décadas acerca de la "teoría de la pantalla" aquí en Gran Bretaña.

Algunos estudios anteriores han sido más tópicos, como es el caso de estudios de medios de comunicación explícitamente religiosos —como la televangelización— y la cobertura de la religión *per se* que hacen los medios y el periodismo seglar. Algo de ello vale la pena. Me interesa, en particular, el conocimiento emergente del papel de la televisión religiosa importada en el desarrollo de las prácticas religiosas indígenas en las dos terceras partes del mundo.

Quienes vivimos en Occidente tenemos la ventaja de conocer las intenciones y consecuencias de que las instituciones religiosas y los medios se relacionen entre sí. Pero —y hablo como alguien que ha publicado estudios—, muchos asumen que los únicos cuestionamientos importantes giran alrededor de las pretensiones de los productores de medios y textos. No se presta suficiente atención a los significados construidos por el público.

Otros estudios como los del campo del estudio histórico, también han hecho un buen trabajo: ahora sabemos mucho sobre las primeras causas de conflicto entre la religión y los medios y nos hemos beneficiado al saber más sobre el papel que las instituciones religiosas han jugado en el desarrollo de la industria de los medios; este mismo trabajo histórico, desarrollado recientemente, nos ha ayudado igualmente a ver que algunas de las tendencias actuales, como el materialismo creciente del mundo religioso, no son nuevas después de todo; otros trabajos, en esta línea, han analizado la práctica vernácula en el área de objetos visuales, materiales y *commodificados*¹.

El papel de los medios de comunicación en la “religión ciudadana” es un tema de investigación importante y apremiante. Han sido más sobresalientes, por supuesto, los estudios sobre “eventos mediáticos” a nivel nacional y global —como la boda y el funeral de la princesa Diana— y los ciclos recurrentes de expiación ritual que hemos experimentado con las muertes de líderes políticos importantes y con tragedias tales como los tiroteos escolares aquí en Escocia y en mi propio país.

Igualmente, se han realizado estudios económicos, institucionales y políticos que nos han aportado acercamientos importantes. Algunos de los más importantes han sido de carácter histórico, como aquellos que nos han mostrado cómo diversos movimientos, grupos e instituciones religiosas, han llevado a cabo acciones para ingresar a la esfera de los medios modernos de comunicación y a la esfera pública mediática.

Los nuevos estudios que reconocen la diversidad de religiones y consideran lo que para nosotros significa el término religión, también, son de gran valor. El Cristianismo (y el Cristianismo norteamericano en particular) ha dominado mucho de nuestro pensamiento sobre estos temas. Para nosotros asimismo es de vital

Parte del saber contemporáneo más inquietante se centra en la capacidad que tienen los medios de trascender el tiempo y el espacio, y de elaborar localismos globales y globalismos locales.

importancia saber cómo otros movimientos, grupos de fe y culturas alternativas ven estos fenómenos y cómo actúan al respecto. Esta investigación reconoce que estas preguntas tienen una dimensión “global”. Parte del saber contemporáneo más inquietante se centra en la capacidad que tienen los medios de trascender

el tiempo y el espacio, y de elaborar localismos globales y globalismos locales. Lo que Raymond Williams llamó hace muchos años “privatización móvil” es ahora una compleja realidad social y cultural basada en medios de comunicación ‘viejos’ y ‘nuevos’.

Finalmente, una palabra sobre el ámbito del saber que uno de mis maestros llamó las “grandes teorías”. Con la toma de conciencia que se dio a mediados de siglo XX sobre el papel trascendental que jugaban los medios en las culturas del mundo, naturalmente, se le ocurrió a algunos colocar estos desarrollos en un marco amplio y artificial. Walter Ong, Harold Innis y Marshall McLuhan probablemente son sus exponentes más reconocidos, pero hay herederos contemporáneos importantes de este legado, como los norteamericanos Neil Postman, Joshua Meyerowitz, y Sherry Turkle.

Estos grandes teóricos han resultado menos que satisfactorios, porque en su síntesis han tendido a materializar las tres tendencias mencionadas: se han basado en una especie de dualismo; han transmitido un tipo de preocupación elitista por la alta cultura y el arte de altura y se han centrado en los textos y la producción más que en las prácticas del consumo, la recepción o la construcción de significado. Su habilidad para hacer un aporte significativo sobre la religión contemporánea ha sido particularmente débil. La mayoría de sus apologistas contemporáneos —resaltaría Pierre Babin como ejemplo especialmente interesante y bien argumentado— todavía no pueden dar cuenta de la práctica religiosa contemporánea de manera normativa desde la teoría misma. Por el contrario, se apela a las categorías normativas de la práctica fuera del sistema y a menudo —aunque Babin es una excepción— hay muy poca o ninguna investigación sobre la vida real. No encontramos en estas descripciones temas de la vida diaria, de los seres humanos que respiran. Han sido críticos débiles de la religión y de los medios.

¹ *Commodificados*: neologismo referido a los objetos que se modifican gracias a las interacciones comunicativas.

Permítanme reiterar que, en mi opinión, el trabajo con respecto a todos estos temas, y probablemente muchos otros que continuarán surgiendo, es importante. Lo que defiendo son las iniciativas complementarias. Me gustaría mirar ahora las direcciones que éstas podrían tomar y señalar lo que podemos aprender y explicar si optamos por ellas.

Al inicio de mi charla dije que uno de los legados de la modernidad es el **Individuo** y la noción de **Individualismo**. A partir de mis afirmaciones debería

Al inicio de mi charla dije que uno de los legados de la modernidad es el **Individuo** y la noción de **Individualismo**. A partir de mis afirmaciones debería quedar claro que la dirección que propongo se basa en la idea de que la construcción de significado es fundamental para nuestra comprensión de la religión y los medios contemporáneos.

quedar claro que la dirección que propongo se basa en la idea de que la construcción de significado es fundamental para nuestra comprensión de la religión y los medios contemporáneos. Estoy convencido de que entre más observemos la construcción de significado en la religión y en los medios, comprenderemos mejor que los dos son, de alguna manera y en ciertos contextos, lo mismo. Nuestra tarea es definir esa manera y esos contextos. No todos los medios de comunicación son 'religiosos' y no toda la religión contemporánea es mediática. Pero nues-

tros estudios en Boulder y muchísimos otros, además de una rica evidencia anecdótica, sugieren una amplia área de superposición. Debo aclarar que lo que digo aplica más al occidente industrial y, particularmente, a los Estados Unidos. Pero éstas son tendencias que también son, en cierta medida, globales en un ámbito 'conocible' y 'estudiable'.

Tanto la religión como los medios están cambiando. Los medios de comunicación ya no son una fuerza monolítica, se están fracturando en una multiplicidad de fuentes, canales, contextos y voces. No estoy diciendo que haya una diversidad verdadera o absoluta en las fuentes o voces. Tampoco que nuestra preocupación tradicional sobre quién controla los medios de comunicación ya no sea pertinente. Es tan pertinente como siempre lo ha sido. Lo que digo es que los lugares

a los que acuden las personas en busca de ideas, símbolos y valores se están fracturando, atomizando, especializando y refinando.

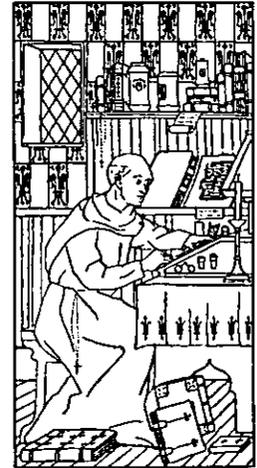
Una de las implicaciones es que los medios tienen una capacidad cada vez mayor de hablar a gustos y necesidades especializadas y la fe, la espiritualidad y la religión están entre esos gustos y necesidades.

La religión también está cambiando. La religión contemporánea gira más alrededor del individuo y sus demandas de significado. Incluso las corrientes religiosas mayores en mi propio país lo están reconociendo; sin embargo, se han quedado atrás. En Estados Unidos ha surgido un nuevo tipo de iglesia —“la megaiglesia”— para ajustarse a esta expresión religiosa más individualizada y orientada al ser. También hay ejemplos en este lado del Atlántico: Mencionemos el caso, como yo lo entiendo, del programa “Alpha” desarrollado por la Iglesia Holy Trinity Brompton (Santísima Trinidad de Brompton) en Londres, muy en armonía con estas tendencias.

Nuestro enfoque, al igual que los estudiosos, necesita cambiar para poder dar cuenta de este nuevo tipo de religión. Haciendo una paráfrasis de lo dicho por un sociólogo norteamericano, necesitamos empezar a pensar en la religión como algo **logrado** y no como en algo **atribuido**. En un sentido más amplio, estoy a favor de una nueva teoría de la cultura, una **antropología** de la religión y de los medios que venga a definir nuestros campos de interés.

Hemos tendido a pensar en la religión y los medios como generadores de acción, como “motores primarios” de la esfera social. Este hecho oculta la capacidad que el público y los seguidores tienen de actuar “bajo el radar”.

Anthony Giddens² ha sido particularmente provocativo en su descripción de individualismo, ego y acción privada. Su trabajo tiene algunas implicaciones



² Giddens, Anthony. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1991, page 207.

importantes para el nuevo enfoque que propongo. El aprendizaje más importante tomado de Giddens es la idea de reflexión y acción reflexiva en la modernidad. Lo que Giddens quiere decir con esto es que los agentes individuales en la cultura contemporánea actúan con un cierto nivel de autoconciencia; los individuos son más conscientes de las condiciones sociales y culturales que rodean su acción debido en parte a la saturación de los medios. Cada paso se toma con un alto grado de conocimiento de causas, contextos y consecuencias.

Más aún, esta autoconciencia está ampliamente articulada en lo que respecta a la objetividad de la auto-presentación. En otras palabras, según el trabajo de Erving Goffman, los actores sociales actúan teniendo en cuenta cómo 'se ven' sus acciones. El estilo de vida propio, lo que Goffman llamó el *umwelt*, es un tejido elaborado con tales presentaciones y significados construidos. Esta sensibilidad es objetiva en cuanto que toma las ideas, los símbolos, los rituales y las acciones como 'objetos' y los pone en juego en la construcción individual de un ser significante.

Giddens³ además, dice que debemos esperar que la religión sea tema de gran preocupación y urgencia en la modernidad.

La religión no sólo no ha desaparecido. Vemos a nuestro alrededor la creación de nuevas formas de sensibilidad religiosa y esfuerzo espiritual. Las razones tienen que ver con rasgos fundamentales de la modernidad reciente [...] La religión genera parcialmente una convicción que debe desaparecer necesariamente mediante la adhesión a los principios de la modernidad [...] Las nuevas formas de religión y espiritualidad representan en un sentido básico el regreso de los reprimidos, puesto que abordan directamente los problemas del significado moral de la existencia que las instituciones modernas tienden a disolver por completo (p.207).

Defiendo un enfoque que se centra en la acción individual y va a los lugares y contextos donde esa acción tiene lugar. Está abierto a dimensiones que van más allá de la reflexión de Giddens. Cuando hablamos de construcción individual de significado en relación con la

esfera de los medios es evidente que esta reflexión también es *recursiva*. Es decir, los significados construidos en un momento determinado son luego re-articulados en otro y los recursos de significado mediado se usan una y otra vez. En lugar de una secuencia unidireccional de causa y efecto, los actos individuales de consumo y apropiación de los símbolos, valores y significados de los medios son más un proceso circular, una especie de giro. Es divertido. Mi colega Lynn Clark ha usado el término "regeneración de significado" —palabra un poco más ingenua— para denominar a los significados construidos por la juventud a partir de la cultura de la juventud.

Así pues tenemos que la construcción de significado es reflexiva, objetiva, auto-consciente, auto-presentada y recursiva o regenerativa. También es *commodificada*⁴. Estamos hablando, después de todo, de la esfera de los medios de comunicación, que está integrada a las estructuras y prácticas del mercado y la economía; y esas imágenes, símbolos e ideas son también mercancía comunicativa casi por definición.

Basta mirar la estructura legal global que surge alrededor de los derechos de autor y la propiedad intelectual para ver su refinamiento y rutinización. Se llega al extremo de que encajar en el mercado de bienes también es un valor *normativo* o incluso positivo en la vida contemporánea. Esos asuntos que pueden ser adquiridos, se naturalizan en la vida de una forma que otros objetos no lo hacen. Su circulación, apropiación y uso se racionaliza y organiza según prácticas y principios que se dan por sabidos.

Las generaciones que han crecido familiarizadas con productos comerciales como Disney, La Guerra de las Galaxias, Viaje a las estrellas, los Teletubbies y Plaza Sésamo, probablemente aceptan con más facilidad los artículos y los ven como naturales en el tejido de relaciones sociales en la vida diaria. Hay un reflejo de ello en la megaglesia americana, en los movimientos paraeclesásticos norteamericanos, y en la Holy Trinity Brompton. Para tomar el último caso, el hecho de que algo como el

³ *Ibid.*, p. 207.

⁴ *Commodificados*: neologismo referido a los objetos que se modifican gracias a las interacciones comunicativas.

programa "Alpha" haya sido comercializado en primera instancia, es al mismo tiempo un indicador de su valor, un medio de circulación, y una expresión de su valor social en las relaciones contemporáneas entre la religión y la sociedad.

Propongo re-orientar nuestra atención y pasar del contexto de los problemas institucionales y estructurales a la vida real a nivel individual, familiar y local. ¿Qué está pasando allí?

En el campo de la religión, los sociólogos nos han dado una buena visión. Wade Clark Roof y otros han descrito con algún detalle las prácticas de búsqueda o cuestionamiento religioso que Giddens predijo. Giddens afirma que "la construcción del ser ideal, de la cual esta búsqueda religiosa forma parte, es el proyecto principal de la modernidad" y puesto que la dimensión religiosa tiene que ver con los significados a un nivel bastante profundo, debería haber mucha motivación en esta dirección entre los actores sociales contemporáneos.

Vemos aquí, una vez más, una convergencia entre el mundo religioso y el mundo de los medios de comunicación. Religiosamente, las personas se motivan a buscar una visión y un significado, a orientarse hacia los símbolos, ideas y valores que abordan miedos, ansiedades y preguntas fundamentales. Como público de los medios de comunicación, estas mismas personas se hallan en un mercado simbólico que puede y, de hecho, proporciona una amplia gama de mecanismos materiales y estructurados para integrar ese material a un sentido del ser.

¿Cuál es la estructura de dicha práctica? Mucha de la demanda insatisfecha en el área del simbolismo religioso

Vemos una convergencia entre el mundo religioso y el mundo de los medios de comunicación. Religiosamente, las personas se motivan a buscar una visión y un significado, a orientarse hacia los símbolos, ideas y valores que abordan miedos, ansiedades y preguntas fundamentales. Como público de los medios de comunicación, estas mismas personas se hallan en un mercado simbólico que proporciona una amplia gama de mecanismos materiales y estructurados para integrar ese material a un sentido del ser.

en el occidente contemporáneo gira alrededor de los modos **reprimidos** de expresión religiosa. Hay un gran interés por recuperar las prácticas reprimidas; particularmente el ritual, la experiencia, el cuerpo, lo visual y los objetos. Podría dedicar una reflexión completa a cada uno de ellos; de hecho, cada uno es tema de importante investigación y estudio. Lo que los une, sin embargo, es la capacidad de la esfera de los medios —grande por demás— de proporcionar recursos para el significado y satisfacción, la tendencia de cada uno de ser expresado —y por lo tanto 'explicado', es decir, a ser integrado a través de la auto-presentación y el que cada uno de ellos sea susceptible de *commodificación*.

Los tipos de expresión religiosa de los que hablo son sumamente complejos y sutiles. Consideremos, por ejemplo, una expresión de significado que reúne varios de los problemas que he mencionado: el fenómeno del **fanatismo**. Todos somos conscientes de quiénes son los 'aficionados' a ciertos equipos deportivos o películas (algunos de ellos se pueden describir como 'fanáticos religiosos' de sus convicciones). Sin embargo, el término ha adquirido un nuevo y más complejo significado en los últimos años, en la medida en que han surgido grupos de seguidores de programas de televisión, series cinematográficas y otros materiales culturales. El Internet ha sido un contexto importante para muchos de estos grupos. Algunos de ellos son grandes y heterogéneos, por ejemplo, los fanáticos de *La Guerra de las Galaxias* y *Viaje a las Estrellas*. Otros son especializados y específicos, como el grupo de aficionados que ha surgido alrededor de la serie *Robin Hood de Sherwood*.

En todos estos casos, el fanatismo sirve como modo de expresión normativa importante y significativa. Las entrevistas realizadas en la época del estreno de la última película de *La guerra de las galaxias* confirman hasta qué punto estas películas han venido a definir, para algunos de sus espectadores, una visión del mundo y una forma de ser, una guía para la vida.

Ahora bien, una reacción frente a este fenómeno podría ser sentir lástima por las personas que viven vidas tan limitadas. Pero debemos recordar que, para muchas personas de la generación simultánea y posterior al *baby-boom* en Occidente, la comunidad religiosa

Nota de la traductora: el término usado en inglés es *fandom* = subcultura de la ciencia ficción.

tradicional es casi desconocida. Cada vez más, las comunidades de seguidores o fanáticos son una alternativa importante. Además, debemos recordar que películas como *Viaje a las Estrellas* y *La Guerra de las Galaxias* están lejos del gusto y los intereses de las minorías: son de fácil consecución, ampliamente compartidas y entendidas.

Hay contextos religiosos más convencionales en los cuales se está integrando actualmente el fanatismo. No me sorprendería saber que la Santísima Trinidad de Brompton tenga un grupo de fanáticos de *Viaje a las Estrellas*. Estoy seguro de que algunas megaiglesias norteamericanas los tienen. La prestigiosa Academia Norteamericana de Religión ha sido durante varios años el centro de reunión de un grupo de teólogos especializados en esta película. Sus sesiones normalmente atraen a cientos de personas.

No quiero destacar con esto el fanatismo como un modo normativo de expresión religiosa, ni reducir el enfoque de mis comentarios a un fenómeno particular. Por el contrario, quiero decir que nuestra habilidad para entender y explicar algo tan complejo y aparentemente apartado de la religión tradicional como el fanatismo, será la medida de nuestro conocimiento sobre los medios y la religión en nuestro paso al nuevo milenio.

Necesitaremos ajustar nuestros oídos de nuevo al significado de la historia. Necesitaremos estar abiertos al surgimiento de nuevas teologías, nuevas espiritualidades y nuevas construcciones de religión en el interior y más allá de los grupos de fe tradicionales, en el Norte y en el Sur. Necesitaremos buscar tanto la religión implícita como la explícita; necesitaremos estar abiertos a lo popular y a la expresión popular, es decir, estar abiertos a la práctica vernácula; necesitaremos encontrar maneras de comprender la religión, la comunicación y el significado de abajo hacia arriba.

Esto probablemente suene extraño en un contexto en el que creíamos tener en cuenta las prácticas y perspectivas de los medios que son, después de todo, instituciones sociales importantes arraigadas en tecnologías sofisticadas y en sus implicaciones para los grupos de fe históricos. Para entender verdaderamente qué está pasando en el mundo de la religión y los medios tene-

mos que ir a los lugares donde la religión y los medios están realmente sucediendo, a las vidas y experiencias del día a día, a la casa, a la red social y la comunidad local.

Teóricamente, el enfoque que propongo va dirigido a los desafíos y contradicciones en nuestro trabajo común. En primer lugar, como lo he dicho, nos puede ayudar a describir y comprender la relación que existe entre la religión y los medios a nivel local y en la experiencia individual.

En segundo lugar, puede ayudarnos a ver cómo se integran los medios de comunicación y la religión a ese nivel. En la medida en que la identidad personal y religiosa se entiendan como prácticas del ser y la auto-representación podemos observar el papel dinámico e íntegro de la esfera de los medios por proporcionar unos recursos y un contexto para estas prácticas. Los símbolos, objetos, valores, rituales y narrativas de la esfera de los medios son, por lo tanto, parte integral de la necesidad contemporánea de significar y de ser. Como lo dije anteriormente, los medios de comunicación están lejos de toda la historia, pero mirando sus aspectos desde una nueva perspectiva, por lo menos tenemos la capacidad de movernos hacia una comprensión más sustantiva e integral de la religión en la era de los medios.

Para entender verdaderamente qué está pasando en el mundo de la religión y los medios tenemos que ir a los lugares donde la religión y los medios están realmente sucediendo, a las vidas y experiencias del día a día, a la casa, a la red social y la comunidad local.

► BIBLIOGRAFÍA

Giddens, Anthony. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1991, page 207.

