

La religión mediada: sintonizando a Dios en la radio mexicana¹

Mediated religion: Tuning God in the Mexican Radio

Margarita Reyna Ruiz²

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

amreyna@gmail.com

Resumen

El presente artículo expone algunos elementos de la investigación realizada en torno a cómo las agrupaciones religiosas en México se articulan al dispositivo comunicativo. Es decir, a un dispositivo de integración simbólica de diferentes soportes en la producción social de significados, con el fin de difundir sus universos de creencias, mediante la construcción de un vínculo comunicativo con el público. En esta indagación se trabajó con uno de los componentes de ese dispositivo: el medio radiofónico. Para mostrar el vínculo que se construye con el escucha se realizó un análisis retórico-discursivo de cinco programas con contenido religioso que tienen distintos formatos y que fueron transmitidos en la radio del Valle de México. En esta presentación se desarrollan, fundamentalmente, el contexto y la dimensión metodológica de esta investigación, se presentan de manera sucinta los resultados del análisis y una reflexión que se desprende del conjunto de este trabajo.

Palabras clave: dispositivo comunicativo, radio, religión mediada.

Abstract

The purpose of this article is to expose some parts of a research about how the different religious groups in México relate to the communicative assemblage in order to broadcast their universe of beliefs by constructing a bond with the audience. In this paper, the communicative assemblage is understood as an assemblage of symbolic integration in various supports of production of social meaning. In the research, the radio was studied as one of the supports that are part of the communicative assemblage. In order to point out how the bond between the radio and its audience is construed we used a rethoric-discourse perspective to analyze five different religious programs that were broadcasting in the Valley of Mexico. In this paper we describe the context and the methodology that was developed in the research, a synthesis of the results of the analysis and a reflection that gathers the most relevant findings of this work.

Key words: communicative assemblage, radio, mediated religion.

Introducción

En México, a pesar de la creciente importancia que la comunicación mediática ha adquirido en la rearticulación de la religiosidad contemporánea, la relación entre la religión y los medios no se ha constituido como un tema de estudio sistemático para los analistas y especialistas del fenómeno religioso; si se aborda, es siempre de manera tangencial como una de las múltiples variables a considerar o relacionadas a coyunturas o fenómenos específicos. Mucho menos ha sido un tema de interés para la disciplina comunicativa donde su estudio es más o menos reciente y relativamente acotado. Lo anterior, en parte, puede atribuirse a que en este país la relación Estado- Iglesias y Estado-medios religión tiene características muy distintas a las de otros lugares. Se ha fincado en una historia de lucha y confrontación que en el ámbito religioso llegó hasta las armas³, pero donde se mantuvo el Estado laico que dio pie a la regulación jurídica que norma actualmente las prácticas religiosas y mediáticas.

Desde una dimensión jurídica, el carácter laico del estado mexicano lo obliga a respetar todas las religiones que practiquen los ciudadanos, sin identificarse con alguna de ellas. Esto queda asentado en el artículo 24, 40 y 130 de la Constitución y en la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público en sus artículos 1° y 3°. De igual forma es necesario puntualizar que tanto esta Ley, como su Reglamento prohíben que las asociaciones religiosas y los ministros de culto posean o administren concesiones para la operación de estaciones de radio, televisión o cualquier tipo de telecomunicación convencional. Sin embargo, 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, a menos que estas emisiones sean actos de culto. Lo anterior requiere de una autorización, y que las asociaciones religiosas estén debidamente registradas en la Secretaría de Gobernación.

De esta situación la más beneficiada históricamente ha sido la Iglesia Católica por el monopolio incuestionable que sostuvo al menos hasta los años setenta. La fuerza social y política de esta iglesia se manifestó sin cuestionamientos, ni oposición realmente visible por mucho tiempo. Esta institución no necesitó incursionar en los medios electrónicos convencionales de manera directa –en la compra, por ejemplo, de tiempo aire- porque ha contado con el apoyo incondicional de grupos de laicos comprometidos, que desde los medios, hacen de la doctrina católica tema de sus escritos en prensa, cine, programas de radio y televisión. Por años la Iglesia Católica con su doctrina y sus ritos ha sido un actor infaltable de los dramas cinematográficos, radiales y televisivos: el padre consejero, el fin de la tragedia con la inevitable boda en la iglesia, la virgen de Guadalupe como la receptora de todas las peticiones y la hacedora de todos los milagros. Esta iglesia ha contado por años con una promoción inmejorable sin costo económico alguno.

Pero si bien México es un país preponderantemente católico, se han dado condiciones para la reconfiguración religiosa. Los grupos religiosos no católicos se hacen visibles desde el siglo XIX con el Estado liberal juarista; empero, no es sino hasta mediados del siglo XX que adquieren una visibilidad estadística. A partir de la década de los cincuenta el crecimiento de estos grupos ha ido en aumento.⁴ En este crecimiento destaca la proliferación de los grupos que no están identificados con las llamadas religiones históricas, sino, preponderantemente, con las propuestas pentecostales y neopentecostales. Grupos religiosos que han tenido un importante impacto a nivel local y regional, fundamentalmente

en sectores marginales de la población. No obstante, aún cuando este proceso da cuenta de la existencia de una cierta diversidad, todavía no es homogéneo y está territorializado (*Cfr.* Hernández y Rivera 2009), ello no impide afirmar que en México existe ya un pluralismo religioso que se asienta en la diversidad de prácticas y expresiones que han ido adquiriendo un cierta presencia social, y que se ha ido afianzando a partir de ciertos acontecimientos como lo fueron la aparición de los llamados nuevos movimientos religiosos, la modificación constitucional del artículo 130,⁵ la participación activa de algunas iglesias en la escena política, la llegada del Partido Acción Nacional al gobierno de México después de setenta años de gobiernos priístas, y, desde luego, el interés con el que los medios impresos y audiovisuales cubren esta temática.

El aumento en la visibilidad estadística de las agrupaciones no católicas, sin embargo, no ha tenido necesariamente su contraparte en la posibilidad de acceder a los medios electrónicos convencionales como la radio y televisión donde han sido menos favorecidas que la Iglesia Católica. Las agrupaciones religiosas no católicas compran el tiempo aire a las emisoras de estos medios; el costo del tiempo y de producción corre a cargo de las propias agrupaciones que hacen uso de donativos y patrocinios para sostenerse. A pesar de ello, han logrado una presencia incuestionable particularmente en el medio radiofónico.

Las condiciones anteriormente planteadas son las que hicieron que llamara nuestra atención la abundante y continua presencia de programas de corte religioso en la radio, principalmente cristianos tanto evangélicos y en mucha menor proporción, católicos; un hecho que parecía inusual en ese tiempo, finales del siglo XX principios del XXI. Ello nos llevó a realizar un seguimiento más sistemático de la programación de radio y televisión. En este proceso se constató la presencia de los programas religiosos, fundamentalmente, en el medio radiofónico. En la televisión abierta sólo se contaba, en ese momento, con el programa transmitido por canal cuatro “Pare de Sufrir”; en la televisión por cable el canal “María Visión” y la señal restringida TBN Enlace, cadena internacional de televisión cristiana.⁶ La constatación de la preminencia en la radio de estos programas fue lo que nos llevó a elegir este medio para nuestra indagación.

Una vez tomada esta decisión, se efectuó un monitoreo de las 62 frecuencias, que son posibles de sintonizar en el cuadrante del Valle de México,⁷ entre los meses de julio y agosto del 2004. Este monitoreo se llevó a cabo tomando en cuenta las cartas programáticas de las emisoras, a las que se accede vía electrónica a través de las páginas de las mismas y de la información que ofrece la página de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM). Esta primera búsqueda permitió separar las emisoras puramente musicales que no incluyen programación hablada⁸ y las que contemplan emisiones con este formato. En esta primera búsqueda fue posible reducir el universo de observación a la programación hablada. Se hizo entonces un segundo monitoreo entre este tipo de programas que permitió corroborar que la información reportada en las cartas programáticas efectivamente estuviera al aire; de igual forma esta búsqueda permitió identificar las que contaban con emisiones de tipo religioso en su programación así como los horarios de transmisión.

De este segundo monitoreo fue posible obtener el listado de las frecuencias donde se escuchaban estos programas, así como el nombre de las emisoras y grupos radiofónicos que las operan. Así mismo se identificaron los programas religiosos, sus días y horas de transmisión y se procedió a su registro.

Son ocho las emisoras que al momento de hacer este segundo seguimiento y registro contaban con este tipo de emisiones: “Radio Chapultepec” representada entonces por Promosat empresa del grupo Promomedios, “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 Estéreo” de Grupo Radorama, y “Reporte 98.5” de Grupo Imagen.⁹ El perfil de las emisoras que se enlistaron se puede ver en el siguiente cuadro:

Cuadro 1: Perfil de emisoras con programas hablados de corte religioso¹⁰

EMISORA	FRECUENCIA	SIGLAS	GRUPO	POTENCIA
Radio Chapultepec	560 AM	XEOC	Promosat	750 Watts.
Tuya/ Sabrosita	590 AM	XEPH	Núcleo Radio Mil	25,000 Watts.
Radio 620	620 AM	XENK	Rasa	50,000 Watts Día. 10,000 Watts Noche.
Radio ABC	760 AM	XEABC	México Radio	70,000 Watts.
Radio Centro	1030 AM	XEQR	Radio Centro	50,000 Watts
1440 La Reina del Hogar/Cambio 1440/Quiéreme 1440	1440 AM	XEEST	Grupo Siete	25,000 Watts
Mariachi Estéreo/Escaparate 1530/Radio Fiesta	1530 AM	XEUR	Radorama	50,000 Watts.
Reporte 98.5	98.5 FM	XHDL	Imagen	165,000 Watts

**Fuente: Directorio de Medios MPM actualizado al 2013

A excepción de “Tuya 590” y “Mariachi Estéreo”, estaciones musicales que incluían en algún momento de su segmentación algunos programas hablados, el resto son emisoras con un formato hablado que, en su mayoría, cuentan una programación con contenidos muy variados donde se insertan los programas de corte religioso.

Se confirmó que las ocho transmitieron un total de 196 horas a la semana en el periodo de estudio, distribuidas en 73 distintos programas religiosos. Es importante señalar que este patrón de emisiones se ha mantenido sin tener ya un fuerte crecimiento, sin embargo, esto es comprensible si se considera el costo que supone sostener un programa al aire. De hecho es de interés el que varios de estos programas continúen con sus emisiones hasta hoy. Algunos migran de emisora pero siguen al aire; otros salen por periodos cortos pero vuelven nuevamente. No obstante, en este ir y venir de las transmisiones, las frecuencias señaladas se han mantenido como las principales proveedoras de este tipo de programación; a ellas se han añadido algunas como “Radio Capital” de grupo Mac y por algún tiempo “Bésame”¹¹ de Prisa- Televisa. El horario de transmisión se da por la mañana, por la noche y en la madrugada. Hay emisiones desde 15 minutos hasta seis horas de duración.

Los programas objeto de estudio fueron ubicados en las emisoras que se sintonizan en el Valle de México, como se apuntó previamente; aunque, por la importancia de los grupos que operan estas frecuencias así como por el centralismo que caracteriza a los medios electrónicos en nuestro país,¹² no es difícil suponer que estas emisiones pueden ser multiplicadas en muchos lugares del interior gracias a la existencia de enlaces, repetidoras y

emisoras afiliadas que en sus transmisiones pueden cubrir muchos cientos de kilómetros cuadrados llegando a un público considerable.

Luego de determinar el universo de programas religiosos en el cuadrante del Valle de México, el siguiente paso fue la elección de la unidad de estudio para esta investigación. Un primer criterio de discriminación lo constituyó el horario de las emisiones. Existe un importante número de horas de transmisión de estos programas que tienen un horario nocturno, de madrugada, por lo que todas las emisiones con horarios posteriores a las 2 A.M. fueron dejadas de lado por la dificultad que supondría su seguimiento y registro; pero también porque a esas horas, las emisiones están conformadas por grandes bloques de música continúa.

Otro elemento que se consideró en la elección es que estuvieran representadas las distintas emisoras, el número de horas diarias y por semana transmitidas por una misma agrupación religiosa, así como que fuesen distintos días de la semana. Se eligieron entonces los programas con mayor presencia en días y número de horas de transmisión. De esta manera, se llevó a cabo el registro de 62 programas que corresponden a 110 horas de grabación entre julio/agosto y diciembre del 2004.

A partir de este registro se eligió como universo de estudio 19 programas de 17 grupos religiosos cristianos (evangélicos y católicos). Para la elección de estos últimos se tomó en cuenta la calidad de la grabación, las temáticas, la variedad en las formas de organización discursiva (prédicas, conversaciones, ventas de productos) para poder realizar alguna comparación y también que estos programas se sostuvieran al aire con cierta consistencia. Las emisoras seleccionadas se incluyen en el cuadro dos que se presenta a continuación:

Cuadro 2: Universo de estudio

EMISORA FRECUENCIA	Y	PROGRAMA SELECCIONADO	No. HORAS	GRUPO RELIGIOSO
Radio Chapultepec 560		Jesucristo el camino al éxito	1 h.	1.Osana Comunidad Cristiana
Radio Chapultepec 560		Gracia a Vosotros.	1 h.	2.Grace Comunity Church.
Radio Chapultepec 560		Adulam.	2 hrs.	3.Cristianos de la Casa Hogar Adulam
Radio Chapultepec 560		Alternativas Naturales.	2 h.	4.Iglesia Adventista del Séptimo Día
Radio Chapultepec 560		Momento Decisivo..	1 h.	5.Iglesia Comunitaria Shadow Mountain.
Radio 620		Desafío. Sábado 3	1 h.	6.Iglesia Cristiana Interdenominacional
Radio 620		El Farol	1 h.	7.Iglesia Católica. Misioneros del Espíritu Santo
Radio 620		Oasis	2h.	8.Movimiento Iglesia Evangélica Pentecostés Independiente.
Radio 620		Jesucristo la Respuesta Segura	2hrs.	9. Ministerios Buena Tierra
ABC Radio 760		Santa María de Guadalupe	1:30hrs.	10. Iglesia Católica. Arquidiócesis Primada de México.
Radio Centro 1030		Hombre Nuevo	3hrs.	11.Iglesia Católica. Centro Hombre Nuevo.
Cambio 1440/ La reina del hogar		Un día a la vez con Paulino Bernal	4hrs.	12. Ministerio de Paulino Bernal
La reina del hogar 1440		Bálsamo para el alma	1h.	13.Iglesia de Jesucristo Palabra Mi-el Mahanaim. México
La reina del hogar 1440		Estudio vida de la	1h.	14.Ministerio Watchman Nee

	Biblia		
La reina del hogar1440	Levántate y resplandece	1h.	15. Iglesia del Señor. LIDS México
La reina del hogar 1440	La voz de la alianza	30min.	16. Centro de Avivamiento Cristiano Maranatha Internacional
La reina del hogar 1440	Promo-ofertas cristianas	1h.	17.Ministerios Asociados ELIM
La reina del hogar 1440	El poder de la palabra de Dios	1h	18.Iglesia Vida Nueva para el Mundo
Mariachi Estéreo 1530/ Tuya 590	Pare de Sufrir	4hrs.	19. Iglesia Universal del Reino de Dios

** fuente: elaboración propia

Una vez seleccionados los programas se procedió a su transcripción. Esta última se realizó en dos partes, un vaciado de lo dicho durante el tiempo de transmisión, y un registro de lo sucedido en relación con su continuidad, esto es, se registró la sucesión en tiempo del programa, distinguiendo los cortes de la continuidad por la inserción de anuncios, música o eventualmente la aparición de algún silencio. Este vaciado proporcionó datos sobre la organización estructural del programa, sus formas posibles de financiamiento (por el tipo de anunciantes), así como la identificación del ritmo del programa. El segundo vaciado que consistió en la transcripción literal de lo dicho en las emisiones se realizó con el fin de llevar a cabo el análisis discursivo.

Adicionalmente a lo anterior, se buscó información sobre las agrupaciones religiosas que transmiten los programas. Para esta tarea fue muy útil Internet, ya que varios de estos grupos tienen página electrónica. También se entrevistó a algunos de los encargados de la realización de estos programas en las agrupaciones religiosas.

La revisión más exhaustiva de los diecinueve programas nos proporcionó una invaluable información para tener una caracterización de este tipo de transmisiones en el Valle de México. Sin embargo, para un análisis más detallado, los 19 programas constituían un universo muy extenso. De ahí que se procedió a la selección de un *corpus* que no pretendió ser representativo dadas las características del universo de estudio, esto es, un universo muy fragmentado, expresión de la diversidad de las agrupaciones religiosas, sobre todo las evangélicas; de tal suerte que es importante precisar que nuestro análisis no es, por tanto, una generalización universalizante de la forma en cómo los grupos religiosos operan el medio radiofónico. A continuación presentamos el cuadro donde se muestra el corpus de análisis.

Cuadro 3: Corpus de Análisis

Programa	Formato de presentación	Agrupación	Universo de creencia	Duración del programa	Emisora
1. Jesucristo la Respuesta Segura	Charla	Ministerio Buena Tierra	Evangélica	2 hrs.	Radio 620
2. El farol	Charla	Misioneros del Espíritu Santo	Católico	1 hr.	Radio 620
3. Momento	Prédica para	Iglesia Shadow	Evangélica	30 min	560 Radio

Decisivo	radio	Mountain			Chapultepec
4. Hombre Nuevo	Prédica para radio	Legionarios de Cristo	Católica	30 min	1030 Radio Centro
5.Promo ofertas cristianas	Promoción de productos y servicios	Ministerios Asociados	Evangélico	1 hr.	La 1440

**Fuente: elaboración propia.

Como se muestra en este cuadro, se seleccionaron cinco de los 19 programas de radio que corresponden a dos agrupaciones católicas y tres evangélicas. En total son cinco horas de transmisión. El criterio que guió la selección del *corpus* fue el que en la medida de lo posible se pudiese hacer algún tipo de comparación que permitiera ver las diferencias entre las agrupaciones en relación con los formatos de presentación de las emisiones (prédica para radio, charla, promoción de productos) y el universo de creencia (católico o evangélico).

1. Sintonizando a Dios en la radio mexicana

El trabajo de campo y la asidua escucha de la radio y de los programas registrados fue lo que nos permitió plantear varias interrogantes que a la postre darían la pauta en el camino que tomó esta indagación. De inicio dos cuestiones llamaron poderosamente nuestra atención: el modo en que los medios pueden hacer de un evento o una práctica religiosa un verdadero espectáculo, a ello abonaba el recuerdo de las cinco visitas del papa Juan Pablo II a México, la última en 2002. Se trataba, pues, de pensar cómo los medios electrónicos se apropian de un evento religioso en un país que se dice laico, e inundan el espacio público hasta la saciedad. Está claro que siendo la mayoría de estos medios concesionados, esto es, manejados por empresas privadas, el aspecto económico es un factor fundamental, se trata de obtener un beneficio y si cubrir un evento religioso produce ganancias, éste se cubrirá. No obstante, por el predominio histórico que ha tenido el catolicismo en México, la pregunta que surgía iba más allá de lo económico, ¿hasta dónde los medios en este país son plurales y equitativos en lo referente a la cobertura de las distintas prácticas religiosas?, ¿hasta dónde se cuenta con unos medios efectivamente laicos? Adicionalmente y tal vez desde una mirada menos política, uno se preguntaba también cómo los medios en la espectacularización de los distintos rituales, desacralizan lo sagrado, al tiempo que pueden hacer de lo aparentemente intrascendente algo sagrado. Lo anterior da lugar a una amplia reflexión y pone, en el centro de un debate, la noción misma de “lo sagrado”.

La segunda cuestión que llamó nuestra atención no fue ya lo relativo a la cobertura de un evento singular, coyuntural, sino aquello que constituye la cotidianidad de las transmisiones en los medios. La manera en que las distintas agrupaciones religiosas hacen suyos estos últimos para construir una visibilidad de sus universos de creencias. Se separaban así dos aspectos que nos parece conllevan problemáticas distintas, aunque entrelazadas, uno es la manera en que los medios retoman los fenómenos religiosos y desde sus intereses económicos y políticos, códigos de ética, mesas de redacción, tomas de decisión y de organización del lenguaje dan tratamiento a estos eventos. El otro, donde finalmente se centró esta investigación, la manera en que las agrupaciones religiosas, por decisión propia, se articulan a los medios.

Sobre esto último la postura inicial planteaba que estas agrupaciones los usaban como herramientas para su predicación. No obstante, ello suponía asumir un punto de vista totalmente instrumental, lo que llevó a repensar el planteamiento. Verlos de ese modo los vacía de la producción de sentido inscrita en las múltiples instancias de intermediación simbólica que se dan en la producción, circulación y apropiación de las producciones mediáticas; se olvidaba, adicionalmente, de la especificidad cultural y de lenguaje inscrita en cada medio y también de las propias agrupaciones religiosas al no considerar los principios teológicos y doctrinales que sostienen.

De igual forma, la constante escucha de la radio y de los registros grabados, nos encaró constantemente a una dimensión que no se había considerado; no se estaba ya frente a un medio aislado, independiente, sino delante de una creciente articulación que engarza a la radio con otros soportes, algunos históricos, como el teléfono fijo, otros, los soportes emergentes, que modifican de manera importante los modos particulares de organización del lenguaje radiofónico. Se estaba, por tanto, de cara a la articulación de los nuevos soportes, a la interconexión de múltiples plataformas que conlleva no sólo una cuestión puramente técnica, sino, también, a nuevos regímenes de enunciación que atraviesan los medios, en este caso la radio, presentando modalidades distintas de experimentar la escucha.

No se encontró en las nociones clásicas ni recientes de la comunicación una respuesta que problematizara a cabalidad este nuevo escenario. La noción de Industria Cultural, nos parece, es un constructo en los abordajes comunicativos que se ha asumido irrestrictamente; se dan por descontados muchos de los supuestos teóricos y epistemológicos que la sostienen y se pensó que éstos son insuficientes para explicar los fenómenos comunicativos que hoy se enfrentan. Para encarar el escenario actual de interconexión y enunciación, se asumió, con el riesgo y la discusión que esto conlleva, la noción de *dispositivo comunicativo*; se retomó la categoría de *dispositivo*, planteada inicialmente por Foucault, de la problematización que hacen de ella Gilles Deleuze (1990) y Gilles Deleuze y Félix Guattari (1988) en lo que refiere a la compleja red de interrelaciones que modifican nuestro regímenes de memoria, de saber, de autoridad y de creencia. El dispositivo comunicativo tiene como uno de sus componentes a los medios electrónicos, pero no solamente, lo que permite entender las complejas redes de interconexión y los diferentes agenciamientos de enunciación propuestos en las actuales redes sociales.

La noción del dispositivo comunicativo posibilitó enmarcar la dimensión particular que al final constituyó el objeto de análisis, la manera que adquiere en este contexto multimediado y sus regímenes de enunciación, el vínculo que se establece, en la radio, entre un enunciador y quien lo escucha. Buscamos entender el modo en que se articulan las agrupaciones religiosas a este dispositivo, uno de cuyos componentes es la radio; particularmente nos interesaba identificar cómo se construía el vínculo de comunicación, el contrato comunicativo entre el enunciador radiofónico y sus oyentes.

La reiterada escucha de los registros grabados también hizo posible que se recuperara lo que nos pareció atravesaba a los programas radiofónicos de las distintas agrupaciones religiosas. El interés por presentar una imagen de sí mismas o de quienes la representan, en lo que de hecho es la puesta en escena radiofónica y de igual manera la forma en que, de diversos modos, se apela a la emoción como un recurso para lograr la atención del radioescucha y eventualmente su adhesión. Se asumió lo que en la retórica

clásica se denomina el *ethos*, y el *pathos*.¹³ Estas nociones han sido retomadas de manera relativamente reciente por la llamada Nueva Retórica y por el Análisis del Discurso.¹⁴

Con estas categorías, *ethos* y *pathos* fue posible identificar mecanismos de producción simbólica que las distintas agrupaciones religiosas generan para mantener o bien no perder una presencia social que les es necesaria. Sin embargo, es importante subrayar que en la forma de apelar a estos recursos retórico-discursivos, se expresan modalidades de mediación que son recurrentes en el dispositivo comunicativo. Es un hecho que el uso de estas estrategias no se da exclusivamente para ratificar y legitimar los universos de las creencias religiosas, se da también y de manera muy importante en el ámbito político, cultural y de entretenimiento.

A partir de las consideraciones anteriores los hallazgos que presentamos a continuación son resultado de la indagación que se guió por dos conjeturas iniciales. La primera planteaba que dentro de las estrategias desplegadas por las agrupaciones religiosas, en su interés por mantener a sus seguidores y conseguir la adhesión de quienes no lo son, el medio radiofónico se constituía en uno de los soportes privilegiados en el que se expresa la relación de mediación que estos grupos tienen con el dispositivo comunicativo. En este escenario se hacía necesario considerar la manera en que las agrupaciones religiosas visualizaba dicho dispositivo y lo operan como herramienta simbólica para promover su sistema de creencias, asumiendo las condiciones tecnológicas y de mercado que impone un régimen mediático. La segunda conjetura se refería a la forma en que las distintas agrupaciones religiosas articulan los recursos del lenguaje radiofónico para expresar la operación simbólica que organiza sus universos de creencia. Ello suponía identificar no sólo los tópicos de estos universos, sino también el tipo de vínculo que mantienen con un público y los recursos retórico-discursivos que se ponen en juego para lograrlo. De estos recursos nos interesó detallar, como ya se indicó, el modo en que se presentan a sí mismas las agrupaciones religiosas o quienes las representan ante ese público el *ethos*, así como la manera en que éstas movilizan las emociones para buscar la adhesión a sus universos de creencias, el *pathos*. Recurrir a este tipo de análisis nos pareció pertinente porque pensamos que en los medios electrónicos estas dimensiones del lenguaje no se han trabajado suficientemente, en particular, lo referente a la articulación de los análisis concretos con la situación macrosocial que condiciona el modo de operar de estos medios.

Hoy, retomando nuestra investigación, se puede afirmar que el medio radiofónico en México efectivamente constituye uno de los soportes que, a lo largo de por lo menos tres lustros, ha sido una importante forma de mediación que los grupos religiosos han ido construyendo a través del dispositivo comunicativo. El medio radiofónico, por su flexibilidad tecnológica y relativo bajo costo, permite ser parte de toda una red de interconexión multimedia que, además del propio medio, comprende la televisión por cable, la prensa, la telefonía móvil y la Internet en sus múltiples expresiones: páginas *Web*, *Blogs*, *Podcast*, *Facebook*, *Twitter*. Esta interconexión permite la promoción de las agrupaciones religiosas y sus universos de creencia como nunca antes en la historia. En los análisis efectuados¹⁵ se confirmó que, en la organización discursiva del lenguaje radiofónico, se movilizan recursos retórico-discursivos que hacen posible la operación simbólica de cimentación de una narración trascendente que se ancla en el universo de creencias que se propone; y también se identificó la construcción de un vínculo con un público escucha que comparte o puede compartir esa narrativa.

En el análisis se pudo reconocer que en la operación de los recursos retórico-discursivos que elegimos, el *ethos*, la construcción de sí mismo, y el *pathos*, la

movilización de las emociones, se identifican los mecanismos de producción simbólica que las distintas agrupaciones religiosas generan para mantener o bien no perder una presencia social que les es necesaria. Con la identificación del *ethos* se estableció la importancia que tiene la proyección de una autoridad que sea creíble a los oídos de un público y que permite anclar en esa presentación de sí, la legitimidad de los universos de creencia que se centran en la figura de Dios. Con la identificación del *pathos*, en la forma en como se apela a las emociones, fue factible reconocer que éste constituye un invaluable recurso retórico en la construcción de la legitimidad del enunciador que le permite generar, a través de las emociones, un vínculo muy cercano y humano con el público. La emocionalidad aproxima y permite la identificación con la otredad, lo que es esencial en la construcción de una comunidad religiosa.

Es relevante que tanto la construcción de la autoridad de quien habla, como las formas de apelar a la emoción conllevan distintas modalidades que confirman las diferencias entre las agrupaciones religiosas que en este trabajo se estudiaron: evangélicas y católicas. Puede que en sí mismo estas diferencias no parezcan novedosas para un conocedor, no obstante, constituyen, nos parece, ejemplos empíricos invaluable, que permiten documentarlas como características de un modo general de conformar discursivamente comunidades de creencia.

En los formatos radiofónicos analizados, donde fue posible hacer una comparación entre las conversaciones y las prédicas para radio, se destaca una primera diferencia entre estas agrupaciones: por un lado, en los programas evangélicos, “Jesucristo la Respuesta Segura” y “Momento Decisivo”, nos encontramos con la construcción de un *ethos* indisociable a un *ethos previo*¹⁶ pues la autoridad se legitima en gran parte por un conocimiento adquirido por tradición, el garante proviene de una familia evangélica y por formación, se tiene un grado reconocido como un pastor doctorado en teología, lo que le hace ser versado en la palabra de Dios. Esta autoridad le permite al enunciador erigirse como un portavoz de esa palabra, que se expresa siempre a través de las constantes citas de las escrituras y de la Biblia. Le permite de igual manera convocar a su público, en nombre de la palabra de la que es portador, a unirse a la comunidad de fe que se construye en el encuentro que posibilita el espacio radiofónico. Es una autoridad que no impone, sino que opera simbólicamente bajo el peso de la designación: el pastor-doctor es un ser humano, es un amigo, el pastor-doctor nos guía sobre el decir de la palabra de Dios, el pastor-doctor hace oración en nuestro nombre, ante nuestra ausencia física en la cabina de radio, y esa oración que se comparte con el escucha permite acercarse a Dios. El objetivo en estas emisiones es, pues, traer la palabra de Dios a través de la lectura directa de la Biblia y hacer de la oración un recurso para aproximarse a él.

Por otro lado, en los programas de las agrupaciones católicas, “El Farol” y “Hombre Nuevo”, ubicamos un *ethos* que se perfila también en la indisociable existencia de un *ethos previo*; la construcción de la autoridad es delegada pues se establece por una estructura jerárquica que estipula quiénes son los que pueden hablar en nombre de la institución que se representa. En estos programas ubicamos a las autoridades eclesiásticas y los laicos comprometidos. Para todos ellos la autoridad principal es el Papa, el máximo representante de Dios en la tierra; el Cura, el Padre, es un intermediario entre la feligresía, el Pontífice y Dios. La autoridad delegada se funda en el conocimiento experto de la doctrina católica y de la jerarquía de esa Iglesia bajo el principio de que la autoridad inmediata superior es incuestionable. Así cuando se trata de los laicos comprometidos, como sucede en el programa “El Farol”, la autoridad delegada en ellos siempre se construye con base en su conocimiento experto de la doctrina católica y de los dictados de la autoridad máxima de su

Iglesia, así como por el reconocimiento incuestionable de la autoridad del sacerdote. Cuando el cura es uno de los enunciadores, como ocurre en el programa “Hombre Nuevo”, esta autoridad, que puede darse por descontada por el escucha por el hecho de que el enunciador es un sacerdote, es fundamentada por éste en su exégesis cuando describe y glosa cómo esta autoridad viene dictada desde las Sagradas Escrituras. Se trata pues de que no haya duda de esa autoridad delegada por Dios y de la infalibilidad de la doctrina católica. Se insiste en esto último es porque resulta importante si se considera la pérdida de hegemonía que enfrenta la Iglesia Católica en México y en el mundo.

Una segunda diferencia se encontró en el papel de las emociones dentro de estas transmisiones radiofónicas. En los programas de agrupaciones evangélicas, las emociones tienen un papel fundamental, aunque de distinta índole dependiendo del formato del programa. En la conversación del programa “Jesucristo la Respuesta Segura” las emociones son un elemento central, en torno a ellas se construye todo el sentido de la alocución radiofónica. El objetivo es lograr que el público sienta el acontecimiento narrado o la petición a Dios en la plegaria. La apelación a la emoción es el recurso retórico que permite el encuentro con el radioescucha, en la experiencia emocional se construye el vínculo entre los interlocutores. En el llamado a experimentar la emoción es donde el radioescucha se encuentra con los otros y con Dios. En ello destaca la importancia que tiene la constante interpelación que el enunciador hace al público escucha. En el segundo programa, de prédica, “Momento Decisivo”, si bien éste tiene un objetivo didáctico y, por lo tanto, el llamado a la emoción no pareciera ser el recurso central, sigue siendo uno de los pilares sobre los que se construye la alocución. El enunciador experimenta la emoción, la comparte con el radioescucha y lo invita también a experimentarla. La palabra de Dios es emocionante por sí misma y compartirla amplifica la experiencia; lo anterior permite crear el vínculo con ese Dios y con quienes creen en él y dan a conocer su palabra.

Por el contrario en los programas de las agrupaciones católicas, la emoción ya no es central, es un recurso, entre otros, que apoya el argumento en torno al carácter incuestionable de los principios de fe. La emoción es contenida, es siempre acotada por la racionalidad del argumento en el que se le invoca. La apelación a la emoción es claramente uno de los elementos, aunque no el principal para lograr el objetivo de la alocución: sostener y defender los lineamientos dictados por la doctrina católica y su jerarquía.

El último análisis, el del programa “Promo-Ofertas Cristianas”, no tuvo una contraparte que nos permitiera una comparación, pero es un ejemplo muy rico de lo que acontece en otras emisiones en el cuadrante del Valle de México. En este programa destaca el modo en cómo se busca romper con el prejuicio de que llevar la palabra de Dios en el mundo evangélico es un negocio. Efectivamente, se trata de proponer la compra de algún producto pero se insiste en que quien lo promueve, quien lo oferta, no es un negociante, no es un mercader, es una agrupación cristiana y sus pastores, cuya autoridad se fundamenta en los principios de la cosmovisión cristiana, la caridad y el testimonio, llevar la palabra de Dios. El producto es “redimido” en su doble sentido, ya que es puesto a la venta y a la vez bendecido. Adquirir el producto que se oferta no es una compra en sentido estricto, es una donación. Dar para ayudar a otros: para dar empleo, para pagar las deudas, para permitir proseguir con la encomienda de ministrar, de dar a conocer a Dios. El *ethos* construido es pues el de una agrupación cuyos líderes son amigos, son hermanos en la fe, son cristianos que no pretenden sacar un beneficio personal. Promover los objetos, películas, discos compactos, camionetas no quiere aparecer en este discurrir como comerciar, es pedir una ofrenda, es acercar a Dios al radioescucha a través de la adquisición del producto. La

apelación a la emoción es aquí un recurso central. Ofrendar permite experimentar un acto de gracia, ser generoso es dar y ello aproxima al ser trascendente que se venera.

En estas condiciones el acto de compra-venta se eufemiza. Vender- comprar es un acto de compensación económica porque permite pagar salarios y la producción de los materiales; y simbólico porque es sobre todo un acto de fe para edificar al prójimo y con ello estar en gracia con Dios.

Ahora bien, analizar los cinco programas de corte religioso mencionados, nos permitió reconstruir e ilustrar, en el particular ejemplo de la radio, algunos de los mecanismos de operación simbólica que cotidianamente median la relación de los públicos con el dispositivo comunicativo. Los recursos retórico-discursivos analizados, el *ethos* y el *pathos*, hicieron posible observar con nitidez los modos de construir una autoridad y la manera en que ésta puede hacer uso de las emociones para legitimar una postura; identificar que, en estas formas de apelar a estos recursos, se expresan modalidades de mediación que son recurrentes en el dispositivo comunicativo. Es un hecho que el uso de estas estrategias del lenguaje, como ya señalamos, no se da exclusivamente para ratificar y legitimar los universos de las creencias religiosas, se da también y de manera muy importante, por ejemplo, en el ámbito de la política. Basta recordar el manejo en el dispositivo mediático de las acciones del crimen organizado o del manejo del “odio”, del “miedo” y del “amor” en las campañas políticas.

Conclusiones

Hoy es realmente incuestionable la importancia que tiene la actuación del dispositivo comunicativo en la construcción de la visión del mundo de la sociedad, la manera en como éste permite en su fragmentación e individualización de la experiencia, la reintegración de esta última en movilizaciones, en creencias, en la fe. Las temporalidades fragmentadas y fluidas del dispositivo comunicativo operan hoy como un factor indispensable para afianzar la presencia y la memoria. Se está entonces frente a una forma de reinstitucionalización del sentido, no a través de las instituciones tradicionales, sino a través de los procesos de mediación que cobran forma en ese dispositivo y que lo anclan en la mirada, en la escucha y en la interconexión. Esta reconfiguración de la producción e institucionalización del sentido social parece adecuado a las condiciones de un implacable capitalismo globalizado y de flujos que han modificado las condiciones de reproducción económica y social.

Estas modificaciones han permitido que los universos de creencia religiosos se expandan aceleradamente. Hoy se encuentra una vasta oferta de formas de consuelo y salvación. La cantidad de universos de creencia religiosos dio lugar a que se hablara de la existencia de un mercado de la fe. Pensamos ahora que esta noción resulta insuficiente porque es restrictiva dadas las excesivas connotaciones pecuniarias que conlleva. Para el caso de los universos de creencia religioso el efecto de sentido económico que produce la idea de mercado -la oferta y demanda, la compra y venta, la distribución y consumo de bienes o mercancías- disuelve la experiencia religiosa de los fieles en una transacción. Pensamos que la elección de una creencia religiosa no se agota en un consumo material, pues en ella operan una serie de mecanismos socio-culturales que ponen en juego la identidad y una experiencia emocional que va mucho más allá de la satisfacción de un consumo inmediato.

Sin lugar a dudas, el despliegue de las religiones en los medios constituye un fenómeno sin precedente, una oferta que, expandida por el dispositivo comunicativo, aparece como un sistema que facilita mecanismos de pluralidad y de diferenciación generalizada y al que se puede acceder permanentemente en las emisiones de radio, televisión o en Internet. Las religiones mediadas comunicativamente introducen innumerables vías en las que pueden ser presentadas y construidas. Los distintos modos de experimentar las creencias, en la incertidumbre que emerge de las libertades individuales que los medios promueven con sus temporalidades fragmentadas y fluidas, dirigidas a un consumo especializado y de comercialización por nicho contribuyen a anclar sentidos. En este entorno, el individuo puede recurrir a formas más seguras de validación de su vida y su existencia, con un efecto no buscado de dependencia. La estricta adhesión a doctrinas y creencias inflexibles e intolerantes, donde se hace una interpretación literal y acrítica a los principios que constituyen su esencia, es la expresión más clara de los fundamentalismos y su manifestación más nítida es la clausura de la libertad y la tolerancia.

Partimos de que la pluralidad de creencias es un principio que protege toda democracia moderna, siempre y cuando esa pluralidad esté acompañada además del respeto a la diferencia. El proceso religioso vivido en México en los últimos veinte años abría la posibilidad de una pluralidad religiosa que posibilitaba no sólo la coexistencia y la tolerancia, sino el reconocimiento y el respeto a la diferencia de ideas. Este proceso se presentaba como resultado de un camino largo y, desde luego, vinculado a cambios sociales que van más allá del ámbito de las creencias religiosas, pero se abría la ventana para la convivencia de estas últimas. Hoy, sin embargo, todo parece incierto y, más aún, se nos presenta un escenario donde las creencias se convierten en refugios por la incertidumbre, por la falta de confianza, por el miedo que la violencia social engendra, lo que corroe, todavía más, las condiciones de un Estado laico muy fragilizado. Se pueden aceptar valores y actos autoritarios más por miedo que por convicción y asumirlos en nombre de una fe que nos brinda al menos algo de alivio; se da paso a un conservadurismo que conlleva una pérdida de la autonomía individual que se había ido construyendo lentamente y con muchos altibajos. En muchos casos se abre la puerta y se da un espacio a las voces que promueven la intolerancia, la discriminación y la exclusión.

En este contexto, los medios articulados en dispositivo comunicativo juegan un papel esencial, pues en ellos se generan cotidianamente procesos de mediación a veces insospechados. En estos procesos se transita desde la construcción de las formas de vivir las prácticas más elementales como comer, dormir, el aseo personal hasta la construcción de la imagen pública de la acción política, pasando por la emotividad de la experiencia de lo trascendente. Se efectúa diariamente un trabajo de construcción simbólica que va más allá de la elección de los soportes más convenientes para la difusión de los mensajes. De ahí la importancia de indagar sobre los contenidos que se movilizan en los enlaces mediáticos, de comprender los recursos de lenguaje que ahí se operan como formas de elaborar y anclar el sentido social. La posibilidad de analizar recursos retórico-discursivos como el *ethos* y el *pathos* nos parece que abre una veta de enorme riqueza para la investigación, no sólo en el ámbito de lo religioso, sino también en el político-cultural.

La indagación realizada se propuso aportar una perspectiva para encarar algunos de los retos que se imponen a la investigación comunicativa. Pensamos que ello inaugura vetas para el estudio del fenómeno religioso; en general es muy escaso el trabajo que se ha realizado en relación con la vinculación que hoy tienen las distintas prácticas religiosas con el dispositivo comunicativo y las estrategias discursivas que ahí operan. Nos parece que es

necesario investigar más sobre el alcance que el protagonismo actual de los medios tiene en la forma de construir una manera de ver, vivir y de actuar; tratar de identificar la magnitud de su aporte en la cimentación de los diversos sentimientos religiosos que conviven en la sociedad mexicana de nuestros días es una tarea pendiente.

Lo anterior abre líneas muy valiosas para la discusión y la investigación. Una de ellas indiscutiblemente tiene que ver con la manera en que la exacerbación de la violencia está impactando los universos de creencia religiosos que da lugar a que estos sean abandonados por completo o se conviertan en refugios de la tribulación. Otra vertiente más, emerge de la situación de interconexión que permite el dispositivo comunicativo y que hace posible que las distintas agrupaciones religiosas puedan difundir como nunca antes sus universos de creencias, por ejemplo, la Internet y el enlace que este soporte permite con otros medios como la radio. Lo anterior hace posible que existan condiciones para presenciar una mayor pluralidad en las creencias religiosas que puede confrontar a la religión predominante en México y con ello encarar también la supuesta integración simbólica en el campo religioso que habría sido asumida como realidad incuestionable en el campo político mexicano durante mucho tiempo.

Para discutir e investigar sobre estas problemáticas se requiere, tal vez como nunca antes, del análisis de los medios y su articulación en un dispositivo. Es necesario para ello un acercamiento que se centre menos en la segmentación en disciplinas y que, por el contrario, permita una visión convergente de distintos ámbitos del conocimiento. Se hace imprescindible una mirada múltiple que sirva para entender las nuevas posibilidades de convivencia social que hoy se presentan.

Finalmente, nos parece importante subrayar el papel que puede tener un medio como la radio en el dispositivo comunicativo. A sus más de noventa años de existencia en México, sigue siendo uno de los medios que más exitosamente puede enlazarse al vértigo del cambio tecnológico y, además, ser una alternativa en la construcción de un vínculo más estrecho con un público, aún en condiciones de amplia exclusión y marginación. Las radios privadas, públicas y comunitarias pueden ser una efectiva expresión de la diversidad cultura, política y por supuesto, religiosa.

Bibliografía

Amossy, Ruth. 1999a. "Introduction" en Amossy Ruth. comp. *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Laussane-París: Delachaux et Niestlé, Pp. 127-154.

_____. 1999b. "L'ethos au carrefour des disciplines: rhétorique, pragmatique, sociologie des champs" en Amossy Ruth. comp. *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Lausanne-París: Delachaux et Niestlé, Pp. 127-154.

_____. 2000. *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*. París: Nathan

Aristóteles. 2001. *La Retórica*. Madrid: Alianza Editorial.

Beck, Ulrich. 1998. *Las sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.

Castel, Robert. 2004. *La inseguridad social*. Buenos Aires: Manantial.

- Chabrol, Claude y Ghiglione Robert. 2000. "Contrats de communication: stratégies et enjeux" en *Revue Internationad de Psychologie Social* 4: 7-15.
- Charaudeau, Patrick. 2000. "Une problématisation discursive de l'emotion en Plantin C, DouryM. &Travero V. eds. *Les émotions dans les interactions*. Lyon: Presses universitaires de Lyon, Pp. 125-155.
- De la Torre, Réene y Gutiérrez Cristina. comp. 2007. *Atlas de la diversidad religiosa en México*. México: CIESAS, CONACYT, Colegio de Jalisco, Colegio de Michoacán, Colegio de la Frontera Norte, Universidad de Quinta Roo, SEGOB.
- Deleuze y Guattari. 1988. *Mil Mesetas*. Valencia: Pre-Textos.
- Deleuze, Giles. 1990. "¿Qué es un dispositivo?". Pp. 155-163 en Balibar E., Deleuze G., Dreyfus, H. *et al. Michel Foucault, Filósofo*. Madrid: Gedisa,.
- Gilbert, Michael. 2004. "Emotion, argumentation and informal logic". *Informal Logic* 24 (3): 245-264
- Gutiérrez, Silvia. 2010. "El estudio de las emociones desde una perspectiva argumentativa" en *Anuario de Investigación*. Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco, Pp. 271-297.
- Haidar, Julieta. 2002. "La refutación argumentativa y el componente patémico: modelos analíticos" en *Revista Iztapalapa* 53: 33-50.
- Hernández, Alberto y Rivera, Carolina. comp. 2009. *Regiones y religiones en México. Estudios de la transformación socioreligiosa*. México: El Colegio de la Frontera Norte, CIESAS, El Colegio de Michoacán.
- Maingueneau, Dominique. 2010. "El Enunciador encarnado. La problemática del *Ethos*" en *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política* 24: 203-225.
- _____. 1999. "Ethos, scénographie, incorporation" en Amossy Ruth. comp. *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Lausanne/París: Delachaux et Niestlé, Pp. 75-100.
- _____. 1996. "El *ethos* y la voz de lo escrito" en *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política* 6: 72-92.
- Masferrer, Elio. 2011. *Pluralidad Religiosa en México. Cifras y Proyecciones*. Buenos aires: Libros de Araucaria.
- Medina, María Concepción. 2007. *Una puerta abierta a la libertad religiosa (México a quince años de las reformas constitucionales en materia religiosa 1991-2007)*. México: SEGOB, Subsecretaria de Población, Migración y Asuntos Religiosos. Dirección General de Asociaciones Religiosas.
- Meyer, Jean. 1991. *La Cristiada*, tres volúmenes. México: Siglo XXI.
- _____. 2004. *La Cristiada a la Distancia*. México: Siglo XXI.
- Plantin, Christian. 1998. "Les raisons des emotions" en Bondi M. ed. *Forms of argumentative discourse /Per un'analisi linguistica dell'argomentare*. Bologne: CLUEB, Pp. 3-50.

- _____. 1999. "Arguing emotions" en Van Eemeren F. *et al. Proceedings of the Fourth International Conference for the International Society for the Study of Argumentation*, Pp. 631-638.
- _____. 2004. "On the inseparability of emotion and reason in argumentation" en Weigand E. (ed.) *Emotions in Dialogic Interactions*. Ámsterdam: John Benamins, Pp. 265-276.
- Plantin C., Doury M. & Traverso V. 2000. *Les émotions dans les interactions*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- Plantin, Christian y Gutiérrez, Silvia. 2009. "La construcción política del miedo" en Bentivoglio Paola, Erlich Frances, D. y Shiro, Martha. comps. *Haciendo Discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*. Caracas: Comisión de Estudios de Postgrado de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Colección textos y Documentos, Pp. 491-509.
- Reygadas, Pedro. 2005. "Emoción y argumentación" Pp. 223-298 en *El arte de argumentar*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Reyna, Margarita y Gutiérrez, Silvia. 2014. "El papel de las emociones en la incitación al consumo: análisis de un programa de corte religioso" en *Revista Comunicación y Sociedad*, en prensa.
- Reyna, Margarita. 2010. "La emoción en los programas religiosos de la radio" en *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política* 24:123-145.
- Reyna, Margarita. 2012a. "Las Frecuencias de Dios: programas con contenido religioso en la radio del Valle de México" Tesis de Doctorado. Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- _____. 2012b. "El ethos y el pathos en la radio: el programa Momento decisivo" en *Anuario de investigación*. México: Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco, Pp. 135-156.
- _____. 2013. "La presencia de sí mismo en el discurso: análisis de un programa católico en la radio mexicana" en *Anuario de Investigación*. México: Departamento de Educación Comunicación, UAM- Xochimilco, en prensa.

Referencias electrónicas

- Amossy, Ruth (2005). "El pathos o el rol de las emociones en la argumentación" en *Lenguaje e Ideología. Lingüística interdisciplinaria*. Consultado el 20 de abril del 2009 en <http://www.filo.uba.org/contenidos/carreras/letras/catedras/linguistica/interdisciplinaria/sitio/linguistica/biblio/textoslenideo.pdf>
- Tapia, Alejandro (2007). "Logos, Ethos, Pathos: el rol de la metáfora" en *El árbol de la retórica*. Consultado el 27 de noviembre del 2010 en http://www.elarboldearetorica.blogspot.com/2007/02_02_01_archive.html,
- Censo Nacional de Población y vivienda. Consultado el 8 de mayo del 2012 en <http://www.inegi.com.mx>

¹ Esta investigación dio como resultado la tesis titulada “Las Frecuencias de Dios: programas con contenido religioso en la radio del Valle de México”, presentada en 2012 para el Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco.

² Doctora en Ciencias Sociales con especialidad en comunicación y política.

³ Desde mediados del siglo XIX, con la promulgación de la llamada Ley Lerdo y posteriormente las Leyes de Reforma, se inicia una tensa relación entre el Estado Mexicano y la Iglesia Católica que alcanzó su punto más álgido en la llamada “Guerra Cristera”. La insurrección armada de los llamados cristeros tuvo lugar entre 1926 y 1929, en este año el levantamiento concluye con la mediación internacional llegando a ciertos acuerdos. Sin embargo, entre 1931-1932 surge un anticlericalismo que desata nuevamente una segunda guerrilla católica. Aunque la guerrilla fue prohibida por la Iglesia, el conflicto se prolongó por casi diez años más. (Cfr. Meyer 1991 y 2004).

⁴ Trabajos importantes que abundan sobre este aspecto son De la Torre, R. y Gutiérrez C. (2007), Masferrer E. (2011) y el Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 en www.inegi.com.mx

⁵ Las reformas a la Constitución Mexicana se promulgaron en enero de 1992. Las modificaciones al marco jurídico se hicieron en los artículos 3º, 5º, 24, 27, 130 y al artículo transitorio 17º. Todas las reformas son igualmente significativas, no obstante, sobresale la del artículo 130 porque se les otorga un reconocimiento jurídico a las iglesias bajo el concepto de “Asociaciones Religiosas” siempre y cuando se registren ante las autoridades pertinentes. A los líderes religiosos se les restituyó el derecho a voto, pero no a ser votados. Se eliminó la prohibición a criticar las leyes fundamentales del país y comentar sobre política. Sin embargo, se mantiene la limitación de que los ministros de culto no pueden desempeñar cargos públicos, ni asociarse con fines políticos, ni realizar proselitismo a favor o en contra de candidato, partido o asociación política alguno, (Cfr. Medina, 2007)

⁶ TBN Enlace es una cadena internacional que tiene sus estudios centrales en San José, Costa Rica. Transmite vía satélite las 24 horas y por Internet en formato Windows Media. Algunas de las empresas que en ese momento contaban con la señal en áreas restringidas en el D.F. eran Exicable Canal 99, Cablevisión en el canal 141, Telecable de Iztacalco en el canal 40.

⁷ El Valle de México incluye geográficamente la Ciudad de México y las zonas conurbadas.

⁸ La programación hablada remite a los formatos que en la jerga de la producción radiofónica se clasifican hablados, musicales o mixtos.

⁹ Durante estos años la emisora *1440 la reina del hogar*, cambió su identificación por *Cambio 1440* y posteriormente por *Quiéreme 1440*, *Tuya* se transformó en *La Sabrosita*, y *Mariachi Estéreo* pasó primero a ser *La Mexicana* después *Escaparate 1530* y hoy es *Radio Fiesta*.

¹¹ Esta emisora recientemente cambio de nombre por *XEQ Radio* y tiene ya una programación completamente musical.

¹² La radio del Valle de México ha sido históricamente una importante proveedora tanto de formatos como de contenidos para la radiodifusión local a nivel nacional. De hecho, la Ciudad de México es el centro desde donde operan la mayoría de las cadenas de radio más importantes de producción, transmisión simultánea, de venta de programas y de anuncios.

¹³ Es al filósofo griego Aristóteles a quien se debe la reflexión acerca de la capacidad de las acciones humanas para movilizar la opinión y la acción; y ello lo hace, fundamentalmente, en su libro *La Retórica* (2001) a través de tres nociones el *logos* (la razón y la palabra), el *ethos* (el carácter) y el *pathos* (la afección, la pasión, la emoción). Un argumento nos convence, nos dice Alejandro Tapia, siguiendo el pensamiento de Aristóteles, cuando sus premisas nos parecen racionales y convincentes (*logos*), cuando quien nos las dice nos produce confianza (*ethos*) y cuando al argumento apela también a nuestras emociones (*pathos*), (2007:1).

¹⁴ Dentro de la pragmática y el análisis del discurso es Dominique Maingueneau quien expresamente cuenta con un amplio trabajo sobre el *ethos* (1996, 1999, 2010). Por su parte Ruth Amossy (1999a y 1999b), retomando a Maingueneau hace un análisis desde una perspectiva sociológica que enriquece este acercamiento. Es pues con estos autores que se trabajó en esta indagación. En lo que respecta a *pathos*, si bien existen distintos acercamientos desde el análisis del discurso (Amossy 2000 y 2005; Chabrol y Ghiglione 2000; Charaudeau 2000; Gilbert 2004; Haidar 2002; Reygadas 2005; Gutiérrez 2010), es en la perspectiva de

Christian Plantin (1998, 1999, 2000, 2004 y Plantin y Gutiérrez 2009) con la que se trabajó en esta investigación.

¹⁵ Los análisis efectuados, como ya se indicó, fueron de cinco programas de la radio del Valle de México, y se retomaron las categorías de *ethos* y *pathos*. Dada la complejidad de los mismos nos es imposible desplegarlos en este texto, entre otras cosas, por el número de páginas establecidas. Sin embargo, existen ya publicados algunos de estos análisis de manera extensa y detallada en Reyna, 2011 y 2012b, y dos más que están en prensa: Reyna, 2013 y Reyna y Gutiérrez, 2014.

¹⁶ La noción de *ethos previo* refiere al conocimiento que tiene el interlocutor de su locutor antes de que suceda la alocución y remite a la posición social e institucional que el locutor posee y por la cual puede ser reconocido, por lo tanto es una dimensión fuera del discurso y previa a él.