

La religión cristiana por y para los jóvenes: nuevas prácticas en el contexto cubano

Yuniel de la Rúa Marín, Pedro Álvarez Sifontes

Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS), La Habana, Cuba.

Correos electrónicos: yuniel@cips.cu

Resumen

Desde finales del siglo pasado Cuba vive un auge de la religiosidad pentecostal. Todas las denominaciones protestantes han asumido prácticas cultos y liturgias carismáticas en mayor o menor grado. Esto ha permitido que su membresía aumente desproporcionadamente y que su presencia sea innegable en la actualidad.

No conformes con esto, los nuevos líderes religiosos se han dado a la tarea de asegurar su membresía, no solo, haciendo un trabajo fuerte de evangelización sino, tratando por todos los medios a su alcance de profundizar el trabajo con los niños y jóvenes de las comunidades donde tiene asiento sus iglesias. Y más recientemente incluso acuden a la expansión de su mensaje desde plataformas digitales y medios alternativos que problematizan mucho más la tensa convivencia social entre grupos de otras denominaciones.

El papel de los jóvenes en estas “cruzadas evangélicas”, los medios que utilizan: CD musicales y videos didácticos y la creación de un canal digital de “TV evangélica” serán los principales aspectos que tratara este trabajo.

A modo de introducción

Dentro de la estructura de la religión un elemento esencial ha sido la exteriorización de la fe y la expansión del mensaje religioso de las maneras que permita el momento histórico. La Voz humana, el cuerpo animal, la madera, las paredes de una cueva, una construcción, el papiro, la piedra, hasta llegar al papel, han sido algunos de los medios utilizados para su ampliación.

Todos los formatos son válidos, todos los espacios propicios para difundir el mensaje religioso. Las esculturas griegas lo atestiguan, las catedrales europeas lo recuerdan y Gutenberg lo confirmo a la posteridad. Pero entrado el S.XX con la evolución del cine y la televisión, un espacio de indefinible valor se abrió para las instituciones religiosas sean estas cuales fueren.

En Cuba en particular, con el advenimiento de la revolución, todas las instituciones religiosas fueron perdiendo espacios educativos y de propaganda u opinión. Programas televisivos y horas radiales fueron cerrados y estos espacios comunicativos junto a los colegios y universidades religiosas se convirtieron en una obsesión repetida con fuerza por todos los creyentes, fundamentalmente cristianos y líderes religiosos, las demandas al respecto fueron retomadas con fuerza desde comienzos del S. XXI.

Por este motivo en investigaciones del Departamento de Estudios Sociorreligiosos preguntamos a diversos líderes religiosos cuál era su opinión respecto a la presencia de las expresiones religiosas en los medios de comunicación masiva del país. De los 640 entrevistados, 528 opinaron que la presencia era escasa o nula y a estos pudiéramos agregar los 41 que prefirieron no responder, para un nada despreciable 88,9% que opinan que la religión esta poco representada en la televisión y la radio cubana.

Tabla. Presencia de las expresiones religiosas en los medios de comunicación masivos.¹

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	No respuesta	41	6.4	6.4
	Nulo	155	24.2	24.2
	Escaso	373	58.3	58.3
	Suficiente	36	5.6	5.6
	Amplio	35	5.5	5.5

Pero de la inconformidad, los cristianos cubanos han pasado a la acción y hoy ostentan con orgullo un canal digital de impecable factura con diversos espacios informativos y propagandísticos circulan en el “Paquete semanal” repartido de mano en mano por miles de cuentapropistas que quizás sin proponérselo, o con toda intención, propician el consumo de este nuevo producto comunicativo cubano:

La televisión cristiana²

Y sobre este nuevo fenómeno es que nos proponemos hablar en este trabajo que no pretende la primicia noticiosa en cuanto al hecho en cuestión, sino que intenta exponer

¹ Tabla de frecuencia simple del informe nacional sobre libertad religiosa en Cuba. Pregunta sobre la presencia de las expresiones religiosas en los medios de comunicación masivos. Departamento de Estudios Sociorreligiosos, 2014.

² Este canal digital se llama Luzvision y tiene espacios como: Vida portal, Hora de Sketch, Reportando la Liga y Mundo Cristiano.

la existencia del mismo y la manera en que se está utilizando desde y para los jóvenes cubanos.

La globalización, la postmodernidad, el neoliberalismo y la democracia resaltan el individuo, quien es obligado y empujado a decidir por sí mismo y ante tantas opciones tiene que elegir bajo una lógica mercantil la mejor oferta; esto es un producto en el menor costo posible y con mayor beneficio. Pero ante un mundo en donde predomina la diversidad y la pluralidad, los grupos religiosos también tienen que pensar ofertas religiosas, no sólo plausibles sino también atractivas tanto en los productos como los medios. Entra en crisis el discurso milenario y mesiánico del pentecostalismo y los medios de transmisión de este discurso.

Es así como se entronizan los medios audiovisuales de la post modernidad como instrumento de expansión de algunas expresiones religiosa, nace así la iglesia electrónica o iglesia mediática en las grupos de las nuevas pentecostalidades.

Según Martín Barbero (1995), la iglesia electrónica es un fenómeno religioso que se inició en Estados Unidos extendiéndose por América Latina principalmente a través de las iglesias pentecostales, quienes hicieron uso más intensivo de los medios masivos constituyéndose en una “revolución cultural” por lo que implica el paso de millones de personas a los grupos protestantes, y sobre todo al mundo de las iglesias más fundamentalistas como las pentecostales.

La iglesia electrónica está devolviendo la magia a las religiones que se habían intelectualizado, enfriado y desencantado, echando mano de las tecnologías de la imagen y de tecnologías del sentimiento para captar la exaltación mesiánica, apocalíptica y a la vez para dar rostro a las nuevas tribus y comunidades. Assmann (Citado por Gilbert 1997) señala que la iglesia electrónica usa seis técnicas: la venta de espacio sagrado; la venta de tiempo de oración; la invitación para pertenecer al club; la venta de objetos religiosos; llamados personales de carácter íntimos y amenaza de suspensión del programa.

La televisión deja de verse como un instrumento satánico y pasa a ser el medio ideal para introducirse en la concepción de sociedad mercantilizada post moderna. La concepción mercantilista de la religión deja de ser algo negativo o peyorativo, se convierte entonces en otra forma de describir las nuevas condiciones de la religión. Como expresa Maduro (1979), esto implica entender la religión como un fenómeno

socialmente producido, situado, limitado, orientado y estructurado, y con un influjo sobre la sociedad en la que se hallan.

La religión deja de verse como una expresión de escape, irracionalidad, inversión de la realidad o alineación –concepciones enraizadas en la modernidad- para dar paso a un símbolo donde lo que prima es la idea de elección, racionalidad, oferta, demanda, bienes, productos o empresas, conceptos provenientes de la teoría económica y la economía política aplicada a comportamientos religiosos.

Estas explicaciones economicistas y mercantiles sobre la religión no tienen por qué ser vistas como irreverencia religiosa, sino más bien como modelos teóricos que intentan explicar la religión, más allá de la irracionalidad, los valores tradicionales, lo sugestivo y la manipulación. Sobre todo hoy, cuando la religión ya no es patrimonio de la sociedad, sino opciones de grupos mayoritarios o minoritarios de la misma.

Tenemos que recordar que en el mercado también actúan elementos irracionales. Podemos decir que hoy existe una “religionización del mercado”, es decir, el mercado tiene sus dogmas, símbolos, altares, festividades (Durkheim 1992: 201), pero también tiene sus profetas, santos y sus textos sagrados. El mercado en sí, tiene una similitud con la religión, aludiendo a lo que dice Geertz (2005: 89) “un sistema de símbolos que obra para establecer vigorosos, penetrantes y duraderos estados anímicos y motivaciones en los hombres, formulando concepciones con una aureola de afectividad tal que los estados anímicos y motivaciones parezcan de un realismo único”.

La iglesia electrónica es la reactualización del antiguo paganismo, no como politeísmo idolátrico, sino como politeísmo de imágenes y representaciones acerca de Dios (Frigerio 2002). De esta manera el neopentecostalismo ha sacado provecho de la libertad de los medios de comunicación, aquella libertad que no existe desde el Estado en donde la competencia es desigual y proteccionista.

El neopentecostalismo ha transformado los medios de comunicación en templo, trasladando la magia, el encanto, el show, lo fantástico, lo humorístico y lo lúdico a los templos electrónicos. De esta manera, más que un retorno de lo religioso se trata de un paso definitivo de la religión de la trascendencia a una religiosidad de la inmanencia, es una era de la tecnoestructura, tecnoemoción, tecnodisea y ciberreligión.

La tecnología digital provee a los líderes neopentecostales del medio eficaz para llegar al individuo aislado y a su vez aglutinar masas de personas para un objetivo cultural³. Esta ha sido desarrollada para proporcionar calidad de audio y video en un tamaño extremadamente pequeño. Para utilizarlo en reproductores portátiles como el iPod video. Presenta muchas ventajas: Batería Recargable de Litio-Ion; e-Book para leer texto en la pantalla; parlante externo que permite escuchar la música con auriculares o sin ellos; karaoke; memoria externa, para transportar cualquier tipo de archivos; música, sonido; video para ver películas; grabador de voz y radio FM.

Esto es simplemente “meterse la iglesia al bolsillo”. El individuo ya no necesita ir al templo sino que trae el templo hacia él. Es el individualismo pregonado por el protestantismo, autonomía religiosa que exagera el neopentecostalismo.

Esta tecnología es propia de los jóvenes y por lo tanto su utilización o “consumo” se está convirtiendo en una estrategia de desarrollo para los grupos neopentecostales y otras expresiones religiosas (orientalistas y cristianas incluyendo la católica) además de ser una manera de pluralizar gustos o llegar a los públicos específicos por parte de los conglomerados mediáticos.

En el caso cubano los jóvenes pasan de ser meros consumidores para convertirse paulatinamente en actores de sus propias producciones utilizando un instrumento que se ha convertido en una piedra angular de la difusión *Underground* en nuestro pueblo, “el Paquete Semanal”.

Se considera que la mitad de la población cubana tiene acceso a el llamado paquete que cada semana inunda de contenidos variados y en general de poca calidad, lo barrios cubanos, ha sido una forma de “competir” con el mercado oficial⁴, donde tal producto

³ David Yonggi Cho, pastor de la Iglesia del Evangelio Completo de Yoido (Asambleas de Dios), en Seúl, Corea del Sur, que tiene 1 millón de miembros, y Warren, pastor de la Iglesia de Saddleback Valley, en el sur de California, con 15.000 miembros, ambos seguidores del neopentecostalismo afirmaron que Internet es "la estrategia de evangelización para la siguiente generación", que conectará a grupos descentralizados al cuerpo más grande de la iglesia. Ambos se encontraron en California, el 2002, para discutir estrategias de crecimiento de la iglesia en el siglo XXI y llegaron a la conclusión de que las iglesias deben dejar de construir templos más grandes y usar el dinero en misiones mundiales por medio del internet. Con 20.000 nuevos creyentes al año, Yonggi Cho dijo que no hay forma de que la iglesia construya edificios al mismo ritmo y por eso alienta a los jóvenes convertidos a adorar en grupos familiares a través de Internet. Estamos tan apretados, que no hay donde crecer, excepto saliendo al ciberespacio, dijo. Aconsejo a los nuevos convertidos de que no vengan al templo, sino que permanezcan en sus hogares y reciban preparación mediante Internet, declaró.

⁴ Garcés, Raúl (2017). Conferencia La Guerra Cultural. Instituto Superior del MININT, 8 de Abril del 2017. La Habana.

ha salido airoso debido a su forma de llevar contenidos que no se ofrecen en los espacios mediáticos nacionales.

De esta “oferta” mediática donde se insertan contenidos explícitos religiosos realizados en buena manera por jóvenes religiosos cubanos, analizamos los concernientes a iglesias protestantes

Es en este ámbito donde se difunden espacios de contenido religioso que no tienen posibilidad de ser audicionados públicamente⁵. Tan importante ha sido el impacto de esta forma de consumo cultural que instituciones gubernamentales han tenido que crear alternativas prácticas como la “Mochila” (Joven Club de Computación), donde se intenta introducir en conjunto con los audiovisuales de mayor calidad que se divulgan en el mercado internacional, materiales de procedencia nacional, es loable esta iniciativa, pero sin la variedad y la inmediatez de la opción popular además de no aparecer contenidos religiosos explícitos.

Bibliografía

Durkheim, Emile (1992). Las formas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia. Madrid: Ediciones Akal.

Frigerio, Alejandro (2002). “¿Un nuevo paradigma en el estudio de la religión?: Aplicando teorías de la elección racional a dominios “irracionales”. Revisado el 15 de diciembre del 2007.
http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/alejandro_frigerio.htm.

Garcés, Raúl (2017). Conferencia La Guerra Cultural. Instituto Superior del MININT, 8 de Abril de 2017. La Habana.

Geertz, Clifford. (2005). La Interpretación de las Culturas. Barcelona: Gedisa.

Gilbert, Jorge (1997). Introducción a la sociología. Editorial LOM. Santiago de Chile.

Maduro, Otto (1979). Religión y Lucha de clases. Caracas: Editorial Ateneo.

Mancilla, Miguel Ángel (2009). De la Caja del Diablo a la Caja de Dios. PentecoStudies, Vol. 8, No. 1, pp. 1-36. Chile.

Martín Barbero, Jesús (1995). Secularización, desencanto y reencantamiento masmediático en Diálogos. Lima: FELAFACS. 41(1995), pp. 71-81.

⁵ Sólo existe un programa de contenido religioso (cristiano) que se ofrece los domingos a las 7:30 a.m. por Radio Musical Nacional.