

9. Pare de sufrir... Raptus y puesta en escena en el discurso religioso- televisivo y mediático latinoamericano

ROCCO MANGIERI

117



Figura 1. Templo sede principal de la Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD). Caracas. Website. 2005.

1. www.Iglesiauniversal.com.

“Cansado de sufrir? Deus quer mudar a sua vida”
Slogan en la página Web del Centro de Ayuda
Universal. IURD. Website. 2005

“Tengo la certeza de que cuando entre en sus vidas el fuego del altar, hará la total diferencia” Palabras del Obispo. Website de la IURD-Venezuela, El altar y el salmo, 29-1-2005.

Un juego de cámaras elevadas en sus respectivas grúas-dollys sobrevuela el amplio escenario multicolor mientras todos los congregados aplauden al ritmo del coro y del grupo musical. El clima y la temperatura están en su punto. Los presentadores y “calentadores” de sala ya han efectuado su trabajo semiótico a través de frases y textos de apertura de incitación y contacto. Todos estamos ya enganchados en los preliminares de un discurso que ha anunciado (como en los films) a través de pre-genéricos y genéri-

cos la aparición televisada y escénica de la palabra del Obispo, del Pastor, de la palabra transcrita de Dios en la tierra, en este momento del yo-tu-aquí-ahora de la comunicación fática de una ceremonia ineludible, un encuentro que, aunque con las trazas y los signos de la costumbre, debe construirse en su parecer-ser como siempre renovable, fresco y lleno de posibilidades.

Es martes y como todos los martes con regularidad matemática y rigurosa, la sesión está dedicada a la Cadena de la Sanidad. Grupos organizados de personas afectadas por enfermedades físicas y mentales esperan a ambos lados del escenario principal equipado con pantallas gigante, micrófonos y altavoces de gran potencia.

El presentador (un segundo a cargo de la apertura de la prédica) anuncia con los brazos en alto la entrada en escena del Obispo, del gran Pastor, y su arribo es acompañado por alabanzas y expresiones de alegría, aplausos y cantos.

Sobre el desempeño de esta figura escénica parece descansar todo el dispositivo y aparato discursivo. Es el lugar discursivo de articulación semi pragmática y performativa entre lo que podemos denominar una gramática de producción y una gramática de recepción del discurso (Verón 1987: 189-190). De sus actos de habla entrelazados y programados depende en buena medida el éxito de la comunicación televisiva del mismo modo que ocurre a nivel de la comunicación teatral-escénica que se cumple face to face y body to body en los amplios espacios o templos de congregación religiosa esparcidos ya por casi todo el mundo.

118

2. Mass-media, Hiper-media

Si la noción teórica de los mass-media (medios de comunicación de masas) acuñada en los años sesenta es aplicable aún a este tipo de discurso mediático contemporáneo lo es en cuanto se caracteriza, en una primera aproximación, por la construcción de un discurso, una trama de mensajes y signos organizados fundamentalmente en cierta dirección pragmática, hacia un enunciatario y destinatario modelo cuyos límites desbordan evidentemente la dimensión particular e individual del sujeto individual. Si bien no la deja de lado, pues como todo dispositivo y artefacto de comunicación masiva requiere de ella, su intencionalidad es la de perfilar un sujeto de la enunciación, interno al discurso y a partir del cual se hagan posibles los acomplamientos y los procesos de identificación espectral que se estimulan y promueven en los espectadores individuales.

Pero podemos decir que el universo de los mass-media se acopla progresivamente al universo hiper-media, un término abierto (pues no puede verse como una categoría en sentido estricto) que traza el contorno de un espacio simbólico y referencial de carácter absorbente e integrador de todos los medios de información y de comunicación anteriores. Internet designaría también un espacio hiper-medial así como también cualquier otro tipo de red de cobertura digital y virtual que se orientara al gran público de usuarios anónimos, los cuales a su vez, tienen a través del uso de la misma red, la alternativa de configurar o consolidar sus relaciones interpersonales o grupales. Usuarios que sin embargo se encuentran configurados como grupos de acción y generadores de

sentido antes de su inserción comunicativa en las redes hipermediales o televisivas, públicas sobre todo en relación a este particular universo productor de sentido y de actos comunicativos.

La página web de una de estas grandes organizaciones religiosas mundiales dedicadas a la labor de detener el sufrimiento es www.iglesiauniversal.com. Quizás mucho menos espectacular y gráficamente exquisita como sus homólogos instaladas en las redes norteamericanas, este portal de acceso ofrece un primer espacio de contacto y expansión al visitante hacia segmentos televisados en vivo o en diferido, noticias, sucesos o informaciones organizadas en las otras sedes locales esparcidas por muchos países latinoamericanos, anglosajones y europeos: Argentina, Brasil, Panamá, Venezuela, Perú, Chile, África, España, Italia, Francia, Holanda, Inglaterra. Los dispositivos discursivos religiosos se vuelven multimediales. Siguen haciendo uso del espectáculo televisivo como el nodo o bisagra simbólica y sobre todo performativa de enganche emocional e institucional, pero se trata ya, en buena medida, de la elaboración sociocultural de una fase de acceso y de colocación sobre lo que se ha denominado justamente como el tercer entorno (ECHEVERRÍA 2000).

119

REVISTA LIS ~ LETRA IMAGEN SONIDO ~ CIUDAD MEDIATIZADA. AÑO III-IV, # 6-7
JULIO 2010-JUNIO 2011. Bs. As. UBACyT. Cs. DE LA COMUNICACIÓN. FCS-UBA



Figura 2. El Obispo Macedo.
Web. IURD. Brasil

La Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD) es de origen brasileño. Fundada por el ya famoso Obispo Macedo cuenta con cientos de miles de fieles y actualmente está distribuida con una regularidad asombrosa por todo el territorio brasileño a través de sedes o templos provinciales, regionales y capitales. A partir del foco de irradiación brasileño y a través de un fenómeno bipolar que conjuga la habilidad gerencial y la existencia de sujetos colectivos con las mismas carencias emocionales y pasionales se extiende progresivamente a casi todos los países latinoamericanos. Podríamos decir que su origen sociocultural le otorga a todo el amplio aparato discursivo de masas utilizado unos rasgos particulares de tipo sociocultural y religioso que puede percibirse y leerse de algún modo en los modos de organización de la superficie discursiva del texto mediático y espectacular (sobre todo en Latinoamérica): la forma de organizar el espectáculo y las trazas rituales allí manifestadas por el tipo de entonaciones, prosodias y neologismos del personaje principal (el obispo), el universo lexical de partida que aunque experimenta la traducción local conserva rasgos del origen, finalmente por los rasgos de la puesta en escena ritual y teatral que arrastra señales y marcas de la musicalidad popular de ritmos propios del Brasil.

La estrategia multimedia diseñada por la IURD comprende la organización y despliegue de programas televisivos de muy amplia audiencia en toda Latinoamérica (estimamos alrededor de tres a cuatro canales por país de los cuales la mitad produce una programación continua de 24 horas, en forma análoga a los canales homólogos norteamericanos). Pero junto o a partir de ellos se vinculan a través del portal web programas de radio (como la IURD Radio universal), prensa (periódicos y boletines regulares), webs-cam conectadas en vivo a los eventos desarrollados en las sedes locales o regionales.

Lógicamente y de acuerdo a la tipología standard de diseño interactivo el texto principal o central se rodea y se entreteteje de indicadores y de zonas de acceso o links a otras páginas correspondientes a otros países y noticias internas (segmentos de noticieros informativos).

3. El tiempo programado: agendas-setting semicerradas

La estrategia fundamental es la de, literalmente, ocupar todo el tiempo posible y constituirse como una verdadera forma de vida en todo el sentido del término. La distribución del tiempo de la semana de la IURD, si bien no es tan rigurosa y omnipresente como pudo serlo en el interior de una abadía benedictina del siglo XII o XIII, se asemeja sobre la base de una misma intencionalidad. En la web IURD-Venezuela nos encontramos con el siguiente programa-agenda de actividades, ubicado en un texto central de la composición gráfica-digital de la página. Cada una de las actividades es un link activable que permite el acceso a una información más detallada sobre los detalles de la actividad:

Domingo: Terapia Espiritual
Lunes: Conferencia Empresarial
Martes: Cadena de la Sanidad
Miércoles: Estudio de la Palabra de Dios
Jueves: Cadena de protección del Ángel de la Guarda
Viernes: Descarga Espiritual
Sábado: Casos Imposibles

120

Los canales de TV-Globo de Brasil, a cargo de la IURD, transmiten de Domingo a Domingo cada una de las sesiones temáticas. El escenario central de organización y difusión es el templo o sede principal seleccionada para ese programa. Generalmente es la sede principal brasileña de la IURD, pero también se transmiten programas a partir de sedes locales y a través de los canales regionales.

Los programas televisivos siguen un esquema o modelo semejante en todos los países latinoamericanos: Panamá, Chile, Venezuela, Argentina. Los Obispos o Predicadores mantienen activas relaciones de país a país a nivel de su participación como conductores o invitados especiales. Entre Venezuela y Brasil, por ejemplo, existe un notable intercambio de obispos invitados, y su presencia logra agrupar grandes cantidades de personas a través de reuniones y ceremonias especiales programadas por la institución en el interior de la programación semanal.

El encuentro de los usuarios con los medios se realiza a través de una suerte de agenda setting semicerrada (SHAW 1979, VOLLI 1994) pues se conjuga en el programa de actividades tanto la necesidad de la rutina ceremonial y devocional como los temas de opinión general y particular. La combinación de los espectáculos televisivos e Internet hace posible esta dualidad funcional.

4. Telepresencia y enunciación

“*Meu dinheiro era para sustentar o vicio da bebida*”

Testimonio. Web. IURD. Sede Brasil

Podemos decir que un medio de comunicación de masas se puede definir aún, entre otras cosas, como un conjunto de tácticas y estrategias retóricas-discursivas (y evidentemente políticas e ideológicas) que se orientan a la configuración y modelado de un público anónimo, y que no puede anclarse en sujetos individuales. Estaríamos hablando de los medios que modelan una audiencia y que además de capturar al receptor o destinatario se organizan como aparatos que perfilan un enunciatario en el interior del texto. En el caso de las organizaciones religiosas multimediales y televisivas este enunciatario (o espectador modelo) se perfila no tanto sobre la base de competencias enciclopédicas específicas sino mucho más en función de un programa pasional, emotivo, y fundado en la confianza y en la noción de fe como valor primordial.

Las ceremonias o congregaciones religiosas y carismáticas, cuya semiosis posee rasgos teatrales y escénicos inconfundibles, se insertan en la programación televisiva latinoamericana desde hace varios años, y sobre todo debido a dos rasgos fundamentales de la televisión misma como aparato tecnológico-mediático: a) la cobertura y expansión hacia grandes zonas de la audiencia en donde la división por sectores o clases sociales no es en principio un factor limitante, b) la posibilidad de transmisión en vivo y directo de los espectáculos o eventos.

A estos hay que agregar un tercer rasgo o propiedad reconocida de la transmisión televisiva en cuanto medio socialmente legitimado: la producción de verosimilitud y de notables efectos de realidad. Sabemos que el acontecimiento televisivo, en forma semejante al radial o el de prensa, produce inmediatamente y en primer lugar un intenso efecto verdad que luego podría confirmarse, ponerse en duda o incluso ser invalidado a nivel de la opinión pública o el juicio de valor de grupos de opinión.

El espectáculo religioso se ha vuelto cada vez más telepresente: las explosiones de júbilo, las transformaciones de la fe y las curaciones físicas o mentales son vistas en vivo por cientos de miles de espectadores. Aunque la invitación (implícita o explícitamente expresada por sus anfitriones) es la de asistir y entrar a los templos hay que reconocer que, al igual que otros espectáculos televisivos contemporáneos, produce un efecto de comunicación ampliado y eufóricamente expansivo incorporando a un público ausente físicamente en el espacio de la ceremonia, pero activo y presente al identificarse con el sujeto de la enunciación televisiva. Ese sujeto construido por el simulacro conversacional de la puesta en escena televisiva o audiovisual (BETTETINI 1994).

Sin embargo, sostenemos que la aplicación única de un modelo conversacional fundado en la noción de simulacro no explicaría suficientemente los principales efectos y procesos interpretativos generados por este tipo de discurso. Hay que recurrir además a un enfoque teórico que no se detenga (por exclusivas razones de rigor científico) en un nivel “intra-textual”, y que sobre todo, tome en cuenta los aspectos fundamentales de lo que Eliseo Verón denomina *gramática de producción del discurso*, la cual no se explica ni se encontraría en su perfil más completo si nos limitamos al modelo del simulacro.

Sin duda se produce para el espectador confabulado un efecto-simulacro en el tejido del texto espectacular televisivo por todos los “artificios” producidos a nivel de la forma de la expresión: el tratamiento de algún tipo de guión general de la puesta, la escenografía, el uso de la música y el sonido, la misma retórica verbal o visual del Obispo y sus asistentes, la inserción de efectos y menciones gráficas y finalmente por los efectos de recepción producidos por el juego de cámaras y la edición en vivo.

Pero es necesario vincular la puesta escena del simulacro con otras dimensiones del discurso que quedarían excluidas tales como la semiosis de la organización religiosa en su conjunto como actor y agente sociocultural, sus relaciones sociales construidas previamente al espectáculo y que de hecho se filtran a través de signos y configuraciones simbólicas, finalmente los elementos y unidades semióticas que si bien pueden reaparecer y reorganizarse en el texto televisivo espectacular pertenecen a unidades discursivas de mayor amplitud y rebasan el marco textual del puro espectáculo individual y único.

Este aspecto se complejiza además si consideramos, desde una perspectiva análoga, el problema analítico y crítico de la gramática de la recepción (VERÓN 1992). Uno de los elementos discursivos que rebasan la pura dimensión analítica del texto como opus individual y único del hit et nunc televisivo es la función de contacto.



Figura 3. Sede central IURD.
Caracas. Website. 2005

5. Contacto, contacto y más contacto: see me... touch me...

“Venga a tocar y cargarse de energía con el manto sagrado...”
Slogan Web. IURD-Venezuela.

El portal universal de una organización religiosa como la IURD dispone de webs-cam, de espacios de chateo y conversación virtual (Yus 2001), pero continúa siendo una ceremonia “real” en el sentido de que requiere (hasta el momento) de la calidad y la cantidad del contacto físico y corporal. Contacto físico en dos sentidos: entre los grupos de participantes y entre los participantes y el obispo. En este sentido no puede dejar

de ser un espectáculo más cercano al teatro y al performance corporal y ritual, a las ceremonias de curación e iniciación propias de las culturas étnicas.

La televisión permite una suerte de contaminación benéfica externa y expansiva de los procesos y efectos patémicos y pasionales. Desde esta perspectiva los programas televisivos religiosos no oficiales pueden incluirse parcialmente dentro de una tipología de los discursos mediáticos (aún por construir) vinculados al eje euforia-disforia de tipo fundamentalmente patémico-corporal y donde lo térmico y lo erótico (considerado desde la vertiente del tacto corporal) configuran una de las isotopías más relevantes e integradoras. Este tipo de textos televisivos religiosos y carismáticos se pueden reunir en un mismo espacio tipológico con los eventos deportivos, los grandes conciertos masivos de música (el rock, la ópera en algunos aspectos), la danza popular (ritual o étnica, contemporánea), el discurso político, el discurso publicitario, en algunos aspectos y contextos el discurso didáctico o educativo, el discurso teatral y espectacular. Aparece desde esta perspectiva ampliada del discurso el problema de la interdiscursividad y de la transposición de géneros (Steimberg 2003) que hacen uso del contacto (en sus múltiples modalidades simbólicas, icónicas o indexicales) como eje y figura temática y pasional de orden fundamental.

123 6. Los grandes ejes temáticos

“Minha fe em Deus me cura” Testimonio. Web IURD.Brasil.

Diremos en principio que, tomando como ejemplo el desarrollo de los espectáculos televisados de este tipo de organización mundial religiosa, se podría observar una secuencia o cruce de ejes o líneas temáticas que constituyen y atraviesan todo el discurso. Estos ejes que cruzan el discurso religioso espectacular deberían de ajustarse y coordinarse entre sí a través del eje primordial del contacto:

- > El sufrimiento: todos somos proclives al sufrimiento hasta que no se demuestre lo contrario. El hecho y la condición del sufrimiento humano es el estado básico del sujeto que ya no encuentra ninguna posibilidad de salida frente a un universo heterogéneo de problemas y obstáculos insalvables.
- > La congregación y el agrupamiento: para salir del estado de sufrimiento es necesario en primer lugar aceptar y comprender que tenemos que agruparnos con otras personas que también sufren tanto o más que nosotros. Este primer estado de transformación física y corporal del congregarse y juntarse con los otros será, en buena medida, una garantía en el proceso de eliminación o cancelación del sufrimiento.
- > La unificación patémica y el calentamiento: la voluntad y el acto de la congregación dan paso a un efecto de unificación corporal y emocional. El cuerpo del sujeto se “calienta” emotivamente al integrarse a un sujeto colectivo que ya empieza a trazar su perfil en el espacio global de la representación. Es la activación discursiva de una fuerte isotopía térmica que se reitera a lo largo de todo el discurso.

- > La expectativa y la euforia controlada: de la generación discursiva de un efecto semiótico de integración corporal se pasa a la expectativa de la llegada de la figura principal, que como ya apuntamos, es el actante y actor central de este tipo de discursos mediáticos: el Obispo o Pastor predicador. Su aparición y despliegue retórico (verbal y gestual) produce un estado de euforia cuyas trazas ya se despliegan y articulan en la superficie discursiva del texto espectacular a través de señales e indicadores previos, pero al mismo tiempo, el Obispo procura controlar esa euforia colectiva a través de la dispositiva y la elocutio verbal, gestual y kinésica.
- > La Confianza y la paciencia: el sujeto que espera la transformación debe saber agruparse y esperar. Tener confianza en la palabra. Como contrapartida de esta entrega y apertura total en este yo-tu -aquí-ahora se cumplirá la promesa del cambio de estado.
- > El Contacto: los signos y huellas del contacto corporal son fundamentales. El contacto sugerido por la palabra y sus efectos retóricos. El contacto visual entre los participantes y entre éstos y los obispos y oficiantes. Los reiterados abrazos y tomas de mano, los saltos y movimientos rítmicos en grupo. Toda la ceremonia televisada puede ser leída como un juego permanente entre el contacto de los participantes o público y la espera tensiva del contacto con el Obispo y la revelación-develación de la palabra divina en cuerpo y figuras del contacto corporal.
- > La palabra testimonial: en medio del entorno eufórico y tensivo se disponen los testimonios de curaciones ya alcanzadas. El sufrimiento ha sido vencido y anulado a través de actos de fe que implican generalmente una acción física, un acto y una voluntad. Son sujetos que han debido fundar la transformación en un acto de confianza y de fe. Este estado de adquisición de competencia (el sujeto debe y puede adquirir los medios para ello) se apoya al mismo tiempo en una fuerza auxiliar inexplicable de objetos y sustancias: mantos sagrados, aguas milagrosas, imágenes votivas, cristales mágicos, amuletos sagrados.
- > El trance y el raptus: en los procesos semióticos de contacto entre los aspirantes a la transformación (entre los cuales se promueve este proceso tímico) y las fases de contacto directo (casi siempre breves, intensas y puntuales) con el cuerpo del Obispo, se escenifica el raptus y el trance de los oficiantes y congregados. Antiguos y ancestrales códigos paganos y politeístas se entretienen con la palabra religiosa y el texto bíblico.
- > La expulsión del mal: el núcleo figurativo del discurso es la posibilidad siempre latente de poder expulsar el “daño”, el mal que se anida en el cuerpo en sus múltiples formas. El cuerpo debe volver a su estado natural de equilibrio.
- > La curación y la fe: las operaciones de contacto físico y la escucha de la palabra logran la curación. Pero la curación supone el ejercicio del acto de fe. Sin fe la curación es muy poco probable.
- > La conservación del equilibrio: se proclama y se adquiere a nivel de un sujeto

colectivo la conciencia de un ciclo de bienestar que es necesario mantener. Una vez purificado, saneado el cuerpo el sujeto debe proveerse de una fuerza, de una emanación y figura que aseguren el mantenimiento de un estado de equilibrio.

- > Objetos transicionales y protectores: hace su aparición (antes o durante la puesta en escena) substancias y amuletos que aseguran la continuidad del proceso y la conservación del estado de transformación alcanzado en el sujeto.

7. La puesta en escena televisiva

En lo que se refiere a la televisión se habla mucho de la imagen pero en ésta lo fundamental es el registro del contacto: el cuerpo significativo y la economía de la mirada (VERÓN 1992: 126).

7.1 Coreografía televisual

125

Centrémonos ahora mucho más en el despliegue discursivo del texto espectacular. En sus movimientos y desplazamientos a nivel de la forma de la expresión. En los códigos o sistemas que finalmente promueve o instituye al establecer correlaciones con la forma del contenido.

La telecomunicación en vivo de este tipo de programas produce fuertes efectos de adhesión y de participación en la audiencia aún no siendo ésta parte de los grupos de fieles y creyentes que asisten físicamente a los programas de actividades. La interacción semiótica a distancia es análoga a la que experimenta el aficionado del fútbol televisado, pero la modalidad del raptus, es diversa, pues (y esto es relevante para la elaboración de una tipología menor) la coreografía gestual y corporal está dirigida y acoplada a un guión más prefijado; y además los gestos y expresiones corporales eluden el signo de la agresión y del ímpetus. Toda la programación televisiva y especialmente en lo que se refiere a las tipologías de programas que definen los registros estilísticos y los campos de identidad y simbolización institucional de un canal se fundan en tácticas y estrategias semióticas de contacto. En esto acordamos con las tesis de Eliseo Verón a propósito de la definición de los nuevos espacios públicos configurados sobre y a través de la redes de comunicación mass-mediática y post-industrial.

En este sentido la emisión televisiva de los programas de la IURD adoptan en su forma general y englobante (y como isotopía y elemento de redundancia más notable) la escenificación permanente de la necesidad del contacto, entre los individuos y entre los mismos actores sociales representados en el espectáculo y los telespectadores que asisten a la ceremonia televisada o se contactan con ella a través de los portales web.

7.2 El efecto de duración de un acontecimiento universal

Evidentemente en este tipo de programas el efecto discursivo producido es el de la coincidencia del tiempo del acontecimiento y del tiempo mismo de la representación y

de la transmisión. Al mismo tiempo el efecto de red y encadenamiento a través de los links de Internet hace que la agenda se multiplique y se produzca una suerte de efecto de acontecimiento universal que coincide plenamente con el mundo construido por este medio que, como señalamos, articula al mismo tiempo el network y el broadcasting.

La permanente apelación al destinatario y fuertes marcas iterativas y de dilatación espacio-temporal en relación a los tópicos considerados como relevantes en el plano del contenido del discurso (fe, confianza, posibilidad de transformación, contacto) producen un ensanchamiento significativo del espacio del acontecimiento en el mismo sentido del hecho humano de asistir a una ceremonia y una congregación activa en la cual (otro signo de vital importancia en este tipo de discurso) se genera, se condensa y se activa la energía necesaria para las transformaciones que el sujeto colectivo quiere y puede experimentar.

7.3 Espacio espectacular y configuración del espacio

Es el efecto de un acontecimiento próximo y multiplicador y que no correspondería al efecto semiótico de la lejanía (VILCHES 1989: 301), un acontecimiento institucional pero al mismo tiempo individual y personal, cercano y a la mano, endocéntrico y expansivo a partir de esos lugares de encuentro físico sobre los cuales se emplazan los dispositivos tecnológicos (las cámaras, las pantallas de transmisión y recepción, los sistemas de sonido). Los templos de la IURD, esparcidos por el mundo, son los escenarios y sets televisivos de la representación y del espectáculo mediático. Su forma espacial reproduce la tipología básica y sencilla de la nave o pabellón amplio, sin obstáculos físicos o visuales entre el espacio-sala y el escenario principal sobre el cual se emplazan las cámaras que cubrirán la ceremonia. Los juegos de cámara sobre el acontecimiento marcan una cierta diferencia entre escenario/sala, pero al mismo tiempo, producen el efecto de inclusión del espectador como actor privilegiado del espectáculo. Los planos y encuadres cercanos no están reservados solamente a la figura central del obispo sino también a los asistentes que miran y escuchan atentos la prédica o dan testimonio de fe y esperanza. Los travellings y desplazamientos de cámara sobrevuelan el público de sala enfatizando las expresiones y estados de ánimo. Las posiciones y juego de cámara en relación al acontecimiento es inclusiva y participativa. La tendencia es la de minimizar una diferencia jerárquica de roles. La figura del obispo tiene un tratamiento diferente en cuanto al uso de encuadres pero la angulación (picado/contrapicado por ejemplo) no es utilizada para marcar diferencias importantes.

126

8. Un Big brother visible y tocable

Si los Gran Hermano producidos en los últimos años de la televisión nacional e internacional y los hipermedios han sido considerados como un tipo novedoso y de notables consecuencias socioculturales y semióticas habría que colocar a su lado (como una estructura opuesta más no contradictoria) los programas televisivos y webs interactivas de las organizaciones religiosas no oficiales. En éstas el big brother es visible y posee un cuerpo “vivo y encarnado” y sobre todo un sex appeal televisual y mass-mediático a través del cual se configura el centro de conmutación táctil de todo el discurso.

Cómo hemos visto en relación a la estructura profunda misma del discurso la invisibilidad y corporalidad diferida o difusa del Obispo no tendría sentido. En los Big-Brother es precisamente la invisibilidad y la sola presencia del registro modulado de una voz (elevada, profunda, precisa, salomónica, calculadora y gerencial) la que garantiza en buena medida el efecto global y discursivo del evento y encuentro de un grupo de desconocidos que deben encerrarse en un espacio-set bajo el enunciado performativo de “a ver como te las arreglas para gustarle a un público anónimo que te observa a cada segundo...”. A la forma del espacio-panóptico del Big-Brother invisible se opone la forma del espacio semi-abierto (ligeramente controlado) de un Gran Hermano corpóreo siempre esperado y recibido en su dimensión icónica e indexical como signo conector y puente con la palabra y voluntad de un Dios: “Ven hacia nosotros, contáctate con Dios en este templo-set televisivo-web virtual a través del cuerpo y la palabra del obispo...”.

9. Gemeinschaft/Gesellschaft

Hace años, en 1887, el sociólogo Ferdinand Tönnies acuñó la dicotomía estructural *gemeinschaft/gesellschaft* para referirse a dos tipos contrastantes de organización social, la primera de orden pre-industrial y vinculada por ejemplo a sistemas, procesos y discursividades míticas y rituales. La segunda apoyada y trazada más sobre el orden industrial. La *gemeinschaft* remite a lazos sociales de tipo interpersonal y grupal: los signos y trazas afectivas y emocionales familiares o de grupos religiosos son un ejemplo. Son “pequeñas sociedades” establecidas sobre el vínculo del pacto y de la fe, de la confianza y evidentemente también sobre sistemas de reglas y códigos explícitos (DE FLEUR, BALL-ROKEACH 1982). La *gemeinschaft* remite a “un sentimiento recíproco y vinculante que mantiene unidos a los seres humanos como miembros de una totalidad” (TÖNNIES 1957, 47).

La *gesellschaft* alude a las formas sociales correspondientes a los discursos anónimos y despersonalizados y en donde los sujetos son valorados no tanto por sus cualidades personales sino sobre todo por el listado de obligaciones contractuales. La *gesellschaft* está tejida sobre un sistema de relaciones competitivas y de desconfianza mutua en el cual los sujetos procurarían obtener el máximo de beneficio a cambio de una inversión mínima. La polaridad se traduce evidentemente en la del bien y del mal y es la misma que se transfiere de algún modo en la construcción del discurso religioso televisivo y mass-mediático religioso. Sin embargo, por encima de la fuerza semiótica englobante y unificadora del flujo televisivo contemporáneo (COLOMBO 1974) que debería haber ya uniformizado casi completamente los grandes medios de comunicación a la manera de una *gesellschaft*, surgen como grandes islas e inserciones mediáticas este tipo de programas que como bien hacía notar Greimas pueden hacerse corresponder, desde una mirada semiótica y antropológica, como discursos plurisotópicos y de mediación (precisamente entre los dos polos opuestos) a “formas de comunicación semiótica proxémica de una sociedad en busca del calor humano perdido” que hacen uso de un nivel figurativo-mítico (GREIMAS 1970) y de sujetos colectivos que se construyen a partir de intertextos y architextos míticos-religiosos.

La IURD es un ejemplo de modalidad de “equilibrio” entre esa *gemeinschaft* y *gesellschaft* mediática. El palimpsesto del flujo televisivo y de Internet se configura continua-

mente sobre modos y tipologías discursivas tanto textuales como gramaticales (LOTMAN 1995) que apuntan tanto a la ubicuidad y la “globalización” de la semiosis como también a la producción y difusión de efectos de grupo y de identidades locales. Las razones de esta cultura de la mediación simbólica-indexical-icónica en los medios hay que localizarla sin duda en el rasgo común en toda la cultura y la forma de vida latinoamericana de cruce y convivencia de códigos que Canclini acuñó con el feliz término de culturas híbridas, las cuales se definen por el entrecruzamiento productivo (donde cada hilo no se rompe definitivamente) entre el universo de los signos mágico-religiosos, los signos de la modernidad y finalmente los discursos post-industriales (CANCLINI 1990).

Dicho en los términos de una teoría de los medios de comunicación (en forma análoga a tantas modalidades de super-programación mediática mundial de orden religioso) la IURD o *iglesiauniversal.com* está justo a medio camino entre un network system y un broadcasting system. Permite, promueve y facilita tanto la comunicación inter-personal e inter-grupal (vía Internet) como la comunicación abierta y más anónima (la cadena televisiva, la cadena radial, la prensa). Pero, junto a ello, no olvidamos que casi toda la construcción del discurso y la puesta en escena televisiva se funda en un permanente tejido de indicadores, de marcas lexicales de contacto, de un sólido sistema referencial y performativo fundado en el yo-tu-aquí-ahora de la comunicación.

10. Mediaciones televisivas: pactos y contratos enunciativos

128

“Smetti di soffrire: un centro di aiuto” Web IURD. Roma-Italia.2005.

Si retomamos en forma simplificada el esquema que proponía Eliseo Verón al referirse al estudio de los pactos o contratos enunciativos de los medios vemos que entre el dispositivo de la enunciación y los simulacros producidos el fundamento semi-pragmático o performativo de base es el de un pacto de creencia o de “fe” en cuanto el sujeto que es invitado-incitado-promovido-esperado para el escenario de contacto y de transformación debe previa o contemporáneamente al evento de la simulación televisada construir-se sobre la modalidad de querer-crear, del querer-saber y luego del querer-ser transformado, curado, integrado a un colectivo que protege y salva.

No es pues, y esto es interesante, un pacto discursivo a nivel del dispositivo de la enunciación que coloque al sujeto del deseo y de la posible transformación pasional-corporal primero en el eje de una competencia propiamente dicha y sometible a un proceso de manipulación fuerte. Los sujetos se pueden constituir en cuanto sujetos de la enunciación del discurso IURD sólo en cuanto y en la misma medida de que empiecen a con-fabularse con el sujeto de la creencia y de la fe en la posibilidad de la transformación y del contacto. Es bien poco lo que se pide para la “membresía” y en esto estriba el éxito del discurso a nivel de la enorme cantidad de gente y de usuarios potenciales, sobre todo provenientes de los estratos más bajos de la sociedad, considerando que por otra parte también grupos y familias de las clases medias son asiduos visitantes y ofi-ciantes de este tipo de eventos y representaciones sociales.

Los temas, a partir y alrededor del eje del contacto (gesto, cuerpo, objetos, palabra), se organizan en un mundo construido de creencias y juicios de valor. Como vimos, en la serie no absolutamente ordenada y fija de temas-acontecimientos del espectáculo religioso-televisivo, están implícitas las proposiciones, silogismos o parábolas fundamentales del mundo IURD o, lo que es lo mismo, una determinada configuración sistemática de la substancia y de la forma del contenido. Esta serie de enunciados lógico-performativos están de hecho y casi siempre expresados en forma de testimonios, oraciones, recomendaciones del Obispo o a través de explícitos programas textuales.

Los eventos-simulacro se ajustarían a los temas es decir, éstos adquieren una telepresencia en la puesta en escena visual y audiovisual. La relación tema-simulacro no es única ni unidireccional. Un tema puede enunciarse a través de una o varias modalidades simultáneas del simulacro. Siguiendo a Verón, hemos tratado de conformar en cierta forma la idea de que este tipo de programa al someterse al análisis y la crítica se convierte en una suerte de meta-discurso teórico sobre la misma "naturaleza semiótica" del medio televisivo (y posiblemente de Internet también) en cuanto escenificación "pura" de las funciones de contacto y participación "en directo". En forma semejante a la manera como pueden ser leídas (en el interior de la fotografía como discurso) aquel conjunto de fotos cuyo tema y figura son los signos y trazas de la piel, la sombra, las huellas y restos de la nubes, de las substancias que se conectan indexicalmente con el sujeto productor y las materias significantes de la fotografía en cuanto index (DUBOIS 1986, MANGIERI 1998, 2000).

Desde esta perspectiva las programaciones mediáticas de este tipo son al mismo tiempo ejemplos tanto de una paleo-televisión como de una neo-televisión (Eco 1983), pues no se puede afirmar categóricamente que en ellos estaríamos frente a un efecto de "trasparencia perduta". La credibilidad, la confianza y el contacto se articulan sobre un leadership televisual (COLOMBO 1974: 34-35) que sigue las trazas semióticas del político, del conductor del circo (sin ninguna connotación negativa), del líder deportivo y cívico. Una figura cuyo poder está mucho más allá del narrador-comentador de noticias o del actor-estrella de una telenovela y que se acerca, sin duda, a todos aquellos actores propios de los discursos arcaicos-míticos o modernos fundados en la promesa y la esperanza de la fe, en la posibilidad del cambio y la transformación mágico-religiosa y en el milagro.

Un eje temático-pasional y hasta político de muy vieja data en la cultura latinoamericana y que por otra parte tampoco ha abandonado, aunque quizás algunos sociólogos y antropólogos así lo crean, los usos y mediaciones simbólicas de los países y las culturas del "primer mundo".

- 1 En la "periferia" del flujo televisivo por cable de Italia y sobre todo en las redes de programación televisiva de ciudades capitales como Milano, Bologna, Roma, Palermo, Torino, Nápoles, proliferan desde más de veinte y cinco años hasta hoy una constelación de canales regionales dedicados casi las veinte y cuatro horas del día a la puesta en escena de temas mágico-religiosos y adivinatorios: quiromantes, especialistas del tarot y lectores del futuro que al mismo tiempo promocionan productos locales (quesos, vinos, artefactos para el hogar), "pequeños sacerdotes" locales televisivos que en forma semejante a vendedores ambulantes y organilleros medioevales entrecruzan la bondad técnica de un producto con valores mágicos y medicinales. Evidentemente la analogía es parcial y la relación se establece en cuanto la televisión aún siendo hoy un flujo más que una programación regulada no ha dejado de incluir programas, como los señalados, que comparten con el objeto analizado en este ensayo los rasgos de una paleotelevisión, de mito y rito tan cercanos a las configuraciones semióticas de las culturas populares y "periféricas". Apartando el

BIBLIOGRAFÍA

- BETTETINI, G. (1984) *La conversazione audiovisiva*. Milano, Bompiani, 1994.
- CANCLINI, N. (1989) *Culturas híbridas*. México, Grijalbo, 1990.
- COLOMBO, F. (1974) *La realtà come spettacolo*. Milano, Bompiani.
- DEFLEUR Y S.BALL-ROKEACH (1966) *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1982.
- DUBOIS, PH. (1986) *El acto fotográfico*. Barcelona, Paidós.
- ECHEVERRÍA, J. (2000) *Un mundo virtual*. Barcelona, Plaza & Janes.
- ECO, U. (1983) *Sette anni di Desiderio*. Milano, Bompiani.
- GREIMAS, A.J. (1970) "La semiótica e la comunicazione sociale", en *Annuario A.Gemelli*, Milano.
- LOTMAN, J. (1973) *Tipología della cultura*. Milano, Bompiani, 1995.
- MANGIERI, R. (1998) "La fotografía como lenguaje", en *Cuadernos de documentación e investigación*. Mérida, ULA.
- (2001) *Las fronteras del texto*. Murcia, Universidad de Murcia.
- SHAW, E. (1979) "Agenda Setting and Mass Communications Theory", en *International Journal for Mass Communication Theory*, University Illinois-Press, Urbana.
- STEIMBERG, O. (2003) "Las dos direcciones de la enunciación transpositiva...", *Memoria del arte/Memoria de los medios-Figuraciones 1-2*. Buenos Aires, IUNA.
- TÖNNIES, F. (1887) *Community and Society (Gemeinschaft und Gesellschaft)*, Michigan State Univ.Press, 1957.
- VERÓN, E. (1987) *La semiosis social*. Buenos Aires, Gedisa.
- (1992) "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada", en *El nuevo espacio público*. Gedisa, Buenos Aires.
- VILCHES, L. (1989) *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Paidós.
- VOLLI, U. (1994) *Il Libro della comunicazione*. Milano, Il Saggiatore.
- YUS, F. (2001) *Ciberpragmática: el uso del lenguaje en Internet*. Barcelona, Ariel.

hecho de que una organización como la IURD posee ya sedes importantes en Roma, Nápoles y Milano podemos afirmar que el flujo de la información-comunicación televisiva y el hipertexto mediático de las redes virtuales como Internet son hoy una composición heterogénea del paleo y del neo. El "primer mundo" mediático no está libre de los movimientos y efectos del discurso arcaico de la fe y de lo mágico-religioso y de la necesidad (desde una gramática de la recepción) de efectos de transparencia y de contacto.