



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

II INFORME DEL ESTADO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN COSTA RICA



PROLEDI
Libertad de expresión, derecho a la
información y opinión pública

CICOM
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

323.440.972.86

S456s II Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica. – Primera edición. – [San José, Costa Rica] : PROLEDI, 2020.

1 recurso en línea (223 páginas) : ilustraciones en blanco y negro, gráficos a color, mapas a color, archivo de texto, PDF, 10 MB.

Requerimientos del sistema: Adobe Acrobat Reader
ISBN 978-9930-9668-4-6

1. LIBERTAD DE EXPRESIÓN – COSTA RICA. 2. LIBERTAD DE EXPRESIÓN – ASPECTOS LEGALES – COSTA RICA.
3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS – COSTA RICA.
4. PUBLICIDAD POLÍTICA – COSTA RICA. 5. VIOLENCIA CONTRA LA MUJER – CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO – COSTA RICA.

CIP/3519
CC.SIBDI.UCR

Primera edición: 2020

Consejo Editorial: Gréttel Aguilar, Giselle Boza, José Carlos Chinchilla, Nora Garita, Johanna Rodríguez, Lilliana Solís
Diseño y diagramación: Gréttel Aguilar

Impreso en:

Litografía e Imprenta LIL, SA

Así en la tierra como en los medios: un acercamiento a los medios de comunicación religiosos de Costa Rica

*Óscar Mario Jiménez Alvarado**

3.1 Introducción y justificación

En este capítulo se presenta un estudio exploratorio de los medios de comunicación religiosos en Costa Rica. Específicamente, se realiza una caracterización y cuantificación de las radioemisoras y televisoras que transmiten a través del espectro radioeléctrico y que mantienen algún tipo de vínculo con organizaciones religiosas o confesionales.

En términos de estructura, el capítulo se divide en cinco secciones. Primero, se presenta la introducción y se justifica la relevancia de la temática. Segundo, se exponen una serie de apuntes generales sobre la investigación, la explicación del problema de investigación, los antecedentes y la metodología utilizada para la recopilación y análisis de la información.

Tercero, se brinda información de contexto sobre la radiodifusión y las organizaciones religiosas costarricenses. En esta parte, no solo se hace referencia a la importancia de la religión en la vida del costarricense, sino que también se expone de manera general el pensamiento de las religiones principales de Costa Rica en materia de radiodifusión.

Cuarto, se desarrollan los principales resultados de la investigación. Y quinto, se presenta una reflexión general sobre los hallazgos, con el fin de señalar algunos aspectos que, desde

el punto de vista de la libertad de expresión y el derecho a la información, son importantes para efectos del análisis.

En la relación entre medios y religión es importante profundizar debido a varias razones: primero, este tema no ha sido lo suficientemente estudiado en el ámbito académico de la comunicación costarricense.

En los últimos años se ha asistido a una renovada preocupación por la propiedad, la concentración, las estructuras de poder y las élites en los medios de comunicación costarricenses (Robles, 2014; Robles y Voorend, 2015; Jiménez, 2018; Fournier, Jiménez y Ochoa, 2019), sin embargo, la revisión de la literatura permite concluir que el estudio de los medios religiosos ha ocurrido más desde el análisis de los contenidos o el estudio de los mensajes, que del relacionamiento de entidades confesionales con estructuras mediáticas determinadas (Jiménez, 2018; Fournier, Jiménez y Ochoa, 2019). También, permite observar que existen relaciones históricas entre medios y religiones que datan de mediados del siglo XX (Jiménez, 2018).

Segundo, la temática es relevante porque la radio y la televisión continúan teniendo una alta incidencia en Costa Rica. A pesar del aumento del consumo de contenidos en plataformas digitales,

* Politólogo y comunicador. Bachiller en Ciencias Políticas y Comunicación Política y Máster en Comunicación y Desarrollo por la Universidad de Costa Rica (UCR). Es autor de diversos artículos sobre concentración de la propiedad en medios de comunicación. Ha trabajado como investigador en el PROLEDI y como asesor político y asesor en comunicación estratégica en la Asamblea Legislativa y el Ministerio de Comunicación.

la crisis internacional del modelo comercial de medios y la disminución de audiencias en plataformas que transmiten por el espectro radioeléctrico, la televisión continúa siendo el medio de referencia en la población costarricense, tanto a nivel general como en el ámbito específico del consumo de noticias políticas (CIEP, 2018a; 2018b; 2018c).

Adicionalmente, se trata de un negocio multimillonario donde se movilizan diariamente importantes sumas de capital por la venta de publicidad y la colocación de pauta estatal (Rodríguez, 2018). A este vaivén de recursos se le suman los flujos relacionados con las fusiones, la compra o la venta de empresas y frecuencias, las cuales también son de grandes proporciones de dinero (Becerra y Mastrini, 2006; 2009; Jiménez, 2018; Rodríguez, 2018; Cordero, 2018).

La radio también es importante, aunque con un nivel de incidencia mucho menor. La disminución en el consumo de la radiodifusión sonora abierta, tanto en AM como en FM, es un hecho (Jiménez, 2018). No obstante, la población continúa escuchando radioemisoras para informarse, tanto de manera general como en el ámbito de las noticias políticas (CIEP, 2018a; 2018b; 2018c). Además, es un medio que consigue obtener pauta oficial y publicidad en época electoral (Cambronero, 2016; 2017; Madrigal, 2015; Rodríguez, 2018).

Tercero, la discusión sobre prácticas religiosas ha estado presente en debates recientes relacionados con los medios de comunicación. De estos, el relacionado con la decisión de suspender las misas católicas y el rosario de la parrilla televisiva del estatal Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) fue el que tuvo el perfil más alto.

En este caso, el Consejo Ejecutivo de SINART en su calidad de órgano de gobierno institucional, decidió suspender la transmisión de estos programas por razones de neutralidad religiosa y respeto a la pluralidad de creencias (Matarrita, 2017; Ramírez, 2017a). Dicha determinación provocó la molestia de la comunidad católica del país, así como una solicitud de los obispos de la Conferencia Episcopal al entonces Presidente Luis

Guillermo Solís para que interviniera (Cerdas, 2017a; Ramírez, 2017b).

La polémica se resolvió al suspenderse la decisión, tras días de presión en medios de sectores conservadores; incluso se realizó una indagación mediática de las posiciones personales de quien redactó el informe técnico utilizado por el SINART para tomar la decisión (Cerdas, 2017b, 2017c). Si bien es cierto, la decisión fue revocada, el asunto sirve para ejemplificar cómo en los debates sobre los medios ha estado presente la temática religiosa.

Cuarto, las organizaciones religiosas tienen un peso sociopolítico, cultural e histórico incuestionable en Costa Rica. De las denominaciones presentes en Costa Rica, la religión católica ha sido particularmente relevante en la historia nacional. No solo se ha mantenido vigente desde la fundación de la República, sino que también ha tenido gran incidencia político-social en la colonia, en la época liberal de principios del siglo XX, en la década de los 40 y en el contexto de reformismo neoliberal de finales del siglo XX y principios del XXI (Avendaño, 2018; Baker, 1975; Barahona, 2016; Valverde y Walker, 2005; Molina, 2005).

El peso de lo que popularmente se conoce como religión evangélica es más reciente, pero igualmente relevante. A partir de 1980 inició un aumento de su feligresía, impulsado por la crisis de dicha década y por la migración de misioneros norteamericanos (Avendaño, 2018; Araya, 2018). A finales de esos años, decidieron ingresar a la política electoral con una propuesta conservadora que, al igual que sus adherentes, fue creciendo en simpatía de manera sostenida hasta las pasadas elecciones de 2018, donde la candidatura de Fabricio Alvarado logró ocupar el primer lugar en las presidenciales, aunque fuera derrotado posteriormente en el balotaje (Ventas, 2018; Zuñiga, 2018).

Este éxito llamó la atención a nivel nacional, y se ha convertido en un caso paradigmático de estudio a nivel continental sobre el crecimiento electoral de las opciones políticas de base neopentecostal (Kourliandsky, 2019). También es uno de los hechos que revela la importancia de discutir sobre los medios de comunicación

religiosos, una de las principales herramientas del pentecostalismo para difundir su mensaje en el territorio nacional.

3.2 Apuntes generales de la investigación

3.2.1 Problema de investigación

La investigación sobre medios de comunicación en Costa Rica asiste a una época de revitalización. Luego de varios años de silencio académico, diversos estudios comenzaron a profundizar en las estructuras de poder de los medios (Robles y Voorend, 2015), la relación entre élites y medios (Robles, 2019), la concentración del espectro radioeléctrico (Jiménez, 2018; Fournier, Ochoa y Jiménez, 2019), el derecho a la comunicación en el sistema de medios (Alvarado, 2019; Córdoba, 2019) y la concentración de la pauta estatal (Rodríguez, 2018).

El problema de investigación es que, a pesar de esta cantidad y variedad renovada de estudios, no existen investigaciones que profundicen en los medios de comunicación religiosos. Estas propuestas mediáticas radiofónicas, televisivas, digitales e impresas continúan publicándose y difundiendo una visión determinada de la sociedad, la política, la economía o las iniciativas ciudadanas costarricenses sin que se hayan estudiado desde una perspectiva crítica.

Por esta razón, es que el presente capítulo estudia a los medios de comunicación religiosos. Específicamente se analizan los medios de comunicación radiofónicos y televisivos que utilizan las frecuencias del espectro radioeléctrico para emitir su señal a todo el territorio nacional. Este análisis busca cuantificar y caracterizar este tipo de medios, así como analizar su existencia desde una perspectiva histórica.

El informe se concentra en estudiar solo una parte de la totalidad de medios religiosos existentes en el país, como lo son la radio y la televisión. No se indagan las publicaciones escritas o digitales. A pesar de lo limitado, es una primera radiografía o acercamiento que busca ampliar el panorama y la información de una parte fundamental del sistema de medios costarricenses.

3.2.2 Marco teórico-conceptual

En términos generales, es posible afirmar que la religión es, siguiendo a Berger y Luckmann (2001), una esfera de sentido que permite construir socialmente la realidad y una identidad colectiva en un mundo altamente complejo, lleno de contradicciones y problemas. En el caso de Costa Rica, dicha esfera de sentido es de primera importancia, como lo revelan los niveles de adhesión a las religiones o la importancia que las personas le brindan a éstas, incluso por encima de la ciencia cuando ésta no empata con sus creencias religiosas (CIEP, 2018d; Gallup, 2019).

Según revelan distintas encuestas de opinión pública, la religión católica y evangélica son las que tienen la mayoría de las adhesiones entre las personas creyentes de este país (CIEP, 2018d; PROLADES, 2017). Por eso, esta sección se concentra en dichas denominaciones. De igual forma, el acápite también define qué se entenderá por “medios de comunicación religiosos”.

Como ya se mencionó, el catolicismo es la religión con más personas adeptas en Costa Rica. Si bien es cierto, la cifra de personas católicas practicantes ha ido disminuyendo, la Iglesia Católica, Apostólica y Romana continúa siendo un actor fundamental en la vida política, social y espiritual de este país (CIEP, 2018d).

El catolicismo se adhiere a la tesis de la infalibilidad papal. Además, posee una estructura vertical en lo administrativo y filosófico en distintas materias. Por esto, es posible analizar su acercamiento a los medios y su uso a partir de la documentación oficial y las reflexiones de sus autoridades, pues estas son de aplicación general para todas sus estructuras y divisiones, indistintamente del país.

Desde un punto de vista administrativo, esta religión se divide en siete jurisdicciones eclesíásticas: una arquidiócesis y seis diócesis (CECOR, 2019). Como se indica más adelante, estas diócesis, así como varias de sus parroquias, administran radioemisoras y televisoras de distinto alcance y en distintas frecuencias.

Por otro lado, también es importante precisar los conceptos relacionados con las llamadas iglesias evangélicas. En Costa

Rica, se utiliza la etiqueta de “evangélicos” o “protestantes” de manera genérica para hacer referencia a un diverso grupo de denominaciones surgidas a partir del cisma protestante del siglo XVI, entre las que se encuentran los luteranos, metodistas, calvinistas, bautistas, pentecostales y neopentecostales (Semán, 2019).

En este capítulo se utilizan ambos conceptos. Se hace uso de la denominación “evangélicos” para hacer referencia general a las distintas iglesias evangélicas y sus medios de comunicación, pero también se utilizan las denominaciones específicas de las diferentes manifestaciones para caracterizar de manera precisa su participación en la administración del espectro radioeléctrico costarricense.

Es importante señalar que el término “evangélico” responde a la propia identificación de sus adherentes. Pérez Guadalupe (2019) reseña cómo en la Primera Conferencia Evangélica Latinoamericana de 1949 en Buenos Aires, estas iglesias acordaron recomendar el uso de este concepto. Adicionalmente, sugirieron que se utilizaran los términos “iglesia evangélica” antes del nombre de cada templo para poder crear una identidad común (Pérez Guadalupe, 2019).

De igual forma, es relevante mencionar que las iglesias evangélicas, a diferencia de la iglesia católica, consideran la Biblia como autoridad religiosa máxima. De hecho, en algunas manifestaciones específicas se hace una lectura literal de la misma como guía social y cultural (Pérez Guadalupe, 2019; Zúñiga, 2019; Semán, 2019). Por esta razón, los evangélicos no creen en una autoridad o institución humana máxima como lo puede ser el papado, ni practican el culto a los santos o a la Virgen. Tampoco participan en instancias centralizadas de dirección, como lo pueden ser las diócesis católicas, sino que se articulan en torno a liderazgos individuales que son transversales a las distintas ramas (Semán, 2019).

Estas características no son menores, pues provocan que el evangelismo presente altos niveles de adaptabilidad al contexto y a coyunturas político-sociales particulares. También promueven la creación de distintas organizaciones de ámbito nacional o regional

que, si bien no controlan de manera férrea a las distintas iglesias, permiten diversos grados de coordinación política y religiosa (Semán, 2019). Evidentemente esto impacta en la administración de los medios evangélicos, pues provoca cierto grado de coordinación con independencia entre las distintas iniciativas mediáticas de esta denominación.

A nivel conceptual se debe tener claridad sobre la diversidad de denominaciones dentro de esta religión. No existe una iglesia evangélica como puede existir una iglesia católica. Lo que existen son iglesias evangélicas, con similitudes, pero con sus particularidades en la manera en que viven la religión y practican su fé (Pérez Guadalupe, 2019; Fuentes Belgrave, 2019).

De forma generalísima y haciendo un ejercicio de síntesis, es posible afirmar que existen tres corrientes evangélicas en la región: los protestantismos históricos, las tendencias evangélicas y el pentecostalismo (Semán, 2019). La primera incluye sobretodo a los luteranos, metodistas y calvinistas. La segunda incluye a los misioneros norteamericanos que se asentaron en la región a partir del siglo XX, y que impulsaron las tradiciones bautistas, presbiterianas y las iglesias libres.

La tercera, en la que nos concentramos por ser la más relevante en Costa Rica (Zúñiga, 2019), es la tendencia pentecostal. Este movimiento, que se consolidó en la región latinoamericana a mediados del siglo XX, se caracteriza por creer que la fe cristiana se alcanza a través del “bautismo en el Espíritu Santo”, la santificación y el repudio al pecado (Zúñiga, 2019; Semán, 2019). Además, tiene un fuerte sentido de la labor misionera y de la caridad individual.

En el pentecostalismo tradicional se hace énfasis en la segunda venida de Cristo, la cual consideran está pronto a ocurrir (Semán, 2019). Precisamente, esa inminencia de una segunda venida provocó en algún momento un alejamiento de las cuestiones “mundanas”, así como del compromiso social o la participación política en sus distintas esferas. Para esta expresión, no tenía

sentido tratar de cambiar el mundo si el inicio del juicio final estaba pronto a ocurrir.

Esta visión fue cambiando en la década de los ochenta, cuando la perspectiva neopentecostal tomó fuerza. En esta expresión, la conversión y evangelización de las personas ocupa un lugar fundamental. A diferencia del pentecostalismo clásico, el neopentecostalismo apostó por los milagros, por la mejora del mundo presente y por una escatología de la victoria que hace de los adherentes neopentecostales “herederos del poder, de la autoridad y el derecho divino a conquistar las naciones en el nombre de Dios” (Pérez Guadalupe, 2019: 38-39).

El neopentecostalismo sustentó la fuerza de su mensaje en la teología de la prosperidad y se vinculó directamente con grupos conservadores de Estados Unidos ligados al Partido Republicano y a la llamada “derecha alternativa”¹ (Calderón y Zúñiga, 2018; Frigeiro, 2010; Semán, 2019). Además, apostó por las innovaciones comunicacionales y las técnicas del show televisivo como parte de un engranaje evangelizador (Calderón y Zúñiga, 2018; Maclean, 2019). En todo ese engranaje, los medios jugaron un papel fundamental, como se desarrollará más adelante.

En palabras de Pérez Guadalupe (2018): “... estas iglesias no hacen énfasis en la palabra, sino en quién da la palabra; no hacen énfasis en el milagro, sino en quién hace el milagro; estas iglesias no tienen bancas, sino butacas; no tienen altares, sino escenarios”.

Esto es útil para establecer que, en este trabajo, se entiende por medios de comunicación religiosos aquellos que cumplen con tres características de manera simultánea. Primero, son medios que transmiten por el espectro

¹ Se entiende por “derecha alternativa” al cúmulo de ideologías ultraconservadoras que rechazan el multiculturalismo, la inmigración, la globalización, el feminismo, la diversidad sexual y los derechos ambientales. Apuestan, escenifican y fomentan discursos sobre clases medias empobrecidas enfrentadas a las élites mundiales, el control de las fronteras y el nacionalismo económico. Entre sus características se encuentran el racismo, sexismo y desdén por la democracia con el fin de movilizar a sus adherentes (Raim, 2017; Reguera, 2017).

radioeléctrico, ya sea señales televisivas o radiofónicas. Segundo, son medios administrados de manera directa o indirecta por una organización religiosa. Y tercero, buscan evangelizar con su programación y por eso su parrilla se compone, mayoritariamente, de programas religiosos o de espacios con vocación evangelizadora cuyo fin es aumentar el número de adherentes a su expresión religiosa.

Sobre la administración directa o indirecta, se debe aclarar que la primera ocurre cuando existe una concesión para explotar una frecuencia del espectro radioeléctrico debidamente firmada entre el Estado y una organización religiosa o un representante de una religión. Por ejemplo, los contratos de concesión firmados entre el Estado y las temporalidades de las diócesis de la Iglesia Católica, o el contrato firmado entre el Estado y distintas personas que, en las calidades de los documentos, se presentan como pastores o sacerdotes.

La administración indirecta, por su parte, ocurre cuando existe un contrato de concesión firmado entre el Estado y una organización laica o una persona física, pero quien explota realmente la frecuencia es una organización religiosa. Este tipo de administración indirecta es posible debido a los múltiples vacíos legales y omisiones normativas que existen en Costa Rica y que facilitan el alquiler de una frecuencia radiofónica o televisiva a un tercero sin mayores consecuencias legales (Chinchilla, 2013; Jiménez, 2018).

3.2.3 Metodología

Para construir una primera radiografía de los medios de comunicación religiosos se siguieron varios pasos. Primero se hizo una revisión de los trabajos previos que, de manera exploratoria, buscaron identificar los distintos tipos de medios de comunicación (Jiménez, 2018; Fournier, Jiménez y Ochoa, 2018; Prosic, 2009). Aunque la clasificación y metodología de los mismos variaba, fueron de utilidad para construir un listado inicial de radioemisoras y televisoras que estuvieran ligadas a una religión.

Segundo, este listado se contrastó con los expedientes de frecuencias del espectro radioeléctrico facilitados por la Superintendencia

de Telecomunicaciones (SUTEL) con el fin de identificar posibles señales religiosas adicionales. Adicionalmente, también se realizó una revisión de páginas web, así como un proceso de observación de canales de televisión y escucha de radioemisoras para identificar si era necesario agregar o eliminar alguna del listado.

Tercero, se construyó una base de datos en la que se incorporó información para cada una de las emisoras o televisoras. Por ejemplo, a partir de los expedientes se agregó el año de concesión y el año de inicio de transmisiones religiosas, así como la cobertura o grupo económico al que pertenecen. Adicionalmente, se realizaron llamadas telefónicas a los canales y radioemisoras para corroborar información como: su denominación religiosa general, su denominación específica y su forma de financiamiento.

3.3 Religión y radiodifusión en Costa Rica: contexto

Como se mencionó, las religiones católica y evangélica son las dos denominaciones con más adherentes en Costa Rica (CIEP, 2018d; PROLADES, 2017). Por esa razón, este subcapítulo y el siguiente, se concentran en contextualizar estas dos religiones en cuanto a su peso dentro de la sociedad costarricense, así como sus posicionamientos generales con respecto a los medios de comunicación en general y la radiodifusión en particular.

3.3.1. Organizaciones religiosas en Costa Rica

La religión católica ha jugado un papel relevante en el ámbito político, económico y social costarricense. Esto se visualiza en procesos históricos como la colonia, el asentamiento del Estado-Nación, la consolidación de la identidad nacional, la crisis de los cuarenta, la promulgación de las garantías sociales o el proceso constituyente de 1949 donde sus autoridades eclesiásticas jugaron un rol determinante (Campos Salas, 2000; Avendaño, 2018; Baker, 1975; Barahona, 2016; Valverde y Walker, 2005; Molina, 2005).

Más recientemente, esta relevancia se visualizó en coyunturas sociales como la huelga contra el proyecto de Ley de Fortalecimiento de

las Finanzas Públicas o Plan Fiscal, que paralizó un sector de los servicios públicos, así como la educación en primaria y secundaria. En este proceso, la Iglesia participó como intermediaria de las negociaciones entre sindicatos y Gobierno (Ramírez y Vargas, 2018).

De igual forma, la Iglesia Católica continúa teniendo un alto perfil en discusiones polémicas sobre derechos individuales de las personas LGTBIQ, así como en el debate de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres. En este aspecto, ha sido uno de los actores con mayor oposición a la implementación de una norma técnica sobre aborto impune, sosteniendo tesis conservadoras ancladas en la moral católica (EFE, 2019; Córdoba, 2019; Cordero, 2019).

En términos de adhesión, el catolicismo continúa siendo la religión predominante en Costa Rica a pesar de su disminución en las dhesiones. Según una encuesta de opinión pública del Centro de Estudios e Investigaciones Políticas (CIEP) de la Universidad de Costa Rica (UCR) en febrero de 2018, el 52% de los costarricenses se consideraba católico. Esto representa un 20% menos con respecto a la medición hecha en noviembre de 2016, donde un 72% de las personas consultadas referían a esta religión (CIEP, 2018d).

Este mismo estudio reveló que la Iglesia Católica, como institución, llegó a su punto más bajo de desconfianza desde que este centro realiza este tipo de estudios. De un promedio de 7,3 se pasó a una cifra de 7,2 (CIEP, 2018d). Esta disminución ocurre en un contexto de desafección generalizada hacia el catolicismo a nivel latinoamericano, el crecimiento acelerado de iglesias de otras denominaciones y los recientes escándalos de presunto encubrimiento de abuso sexual a personas menores de edad por parte de la jerarquía católica.

Por otro lado, el peso de las iglesias evangélicas es más reciente pero igualmente relevante. En el caso de Costa Rica, el aumento de su feligresía comenzó a partir de 1980, debido a la crisis de dichos años y a la migración de misioneros norteamericanos (Avendaño, 2018; Araya, 2018).

A partir de ese momento, el crecimiento de adherentes e iglesias ha sido sostenido.

Según el estudio del CIEP de 2018, el porcentaje de costarricenses evangélicos es de 22%, una cifra que representa a 730 mil personas aproximadamente (Murillo, 2019; CIEP, 2018d). Un estudio previo de PROLADES de 2014, también señaló un porcentaje similar y, además, determinó la adhesión por denominación (Holland, 2014). En el informe se señaló que la denominación pentecostal es la que más adherentes tiene con un 62%, seguida de la adventista con un 16%, los separatistas con un 12%, los litúrgicos con un 1% y otros grupos con un 8% (Zuñiga, 2019).

Este documento también evidenció un crecimiento sostenido en la cantidad de congregaciones evangélicas. En 1982 existían 1367 iglesias de este tipo, mientras que en 2013 se contabilizaron 3645, siendo San José y Limón las provincias con más centros de culto, con 892 y 678 respectivamente (Holland, 2014). Lo anterior demuestra cuantitativamente un aumento de la cantidad de adherentes a la religión evangélica, así como un crecimiento sostenido de sus iglesias.

Asimismo, también visibiliza el “músculo territorial” que utiliza un grupo social heterogéneo en busca de más incidencia política, social y electoral en Costa Rica, a través de distintos espacios y técnicas. Por ejemplo, actualmente, las iglesias evangélicas cuentan con universidades como la Universidad Adventista de Centroamérica, la Universidad Bíblica Latinoamericana, la Universidad Evangélica de las Américas (UNELA), la Universidad Nazarena de las Américas y la Universidad Metodista (Zuñiga, 2018). Además, administran medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales y partidos políticos.

A las fuerzas partidarias que tienen como base el pentecostalismo se les debe prestar particular atención, debido a que es una de las organizaciones que con más fuerza han incidido en Costa Rica. Su participación en este tipo de espacios comenzó en la década de los ochenta, con una reconfiguración de las identidades político-partidarias de base religiosa que culminó

con la participación del primer partido evangélico en 1986 (Fuentes Belgrave, 2014; 2019).

Luego del ingreso a la política electoral con una propuesta conservadora, fueron creciendo de manera sostenida en las posteriores citas electorales de carácter nacional o municipal (Salazar, 2017). Su éxito llegó a tal punto que, en las pasadas elecciones presidenciales de 2018, Fabricio Alvarado ocupó el primer lugar en la primera ronda, convirtiéndose en el primer candidato de un partido ajeno al clivaje de la guerra civil de 1948 en ocupar dicho puesto. Luego sería derrotado en el balotaje frente al oficialista Partido Acción Ciudadana (Ventas, 2018; Zuñiga, 2018).

Este éxito llamó la atención a nivel internacional y se ha convertido en un caso paradigmático en la región para estudiar el crecimiento electoral de las opciones políticas de base neopentecostal (Kourliandsky, 2019). También revela la importancia de discutir sobre los medios de comunicación religiosos, una de las principales herramientas y cantera de cuadros políticos de los evangélicos para difundir su mensaje en territorio nacional.

Los evangélicos, sus medios de comunicación, sus partidos políticos y sus organizaciones tienen una alta incidencia en la sociedad costarricense. Han jugado un rol protagónico en protestas sociales de padres y madres de familia contra los planes de educación sexual y afectiva que ha buscado implementar el Ministerio de Educación Pública y encabezan una férrea oposición parlamentaria a proyectos de ley que buscan ampliar derechos humanos a las mujeres o a las minorías sexuales (Barquero, 2018; Cerdas, 2018; Cordero, 2018).

Posteriormente, en 2019 se involucraron en la organización de las protestas que desembocaron en la renuncia del Ministro de Educación Pública. Dichos movimientos surgieron con el fin de oponerse a los protocolos contra el acoso en personas LGTBIQ y a las políticas específicas para evitar el acoso contra estudiantes trans (Madrigal, 2019). También se han visto envueltos en polémica debido a la creación de estructuras paralelas de financiamiento electoral, la construcción de una enorme infraestructura de carácter religioso en una zona rural y por los constantes ataques

contra la comunidad LGTBIQ de Costa Rica (Cambroner, 2018; Salas, 2019).

3.3.2 Medios y organizaciones religiosas

Luego de contextualizar en cantidad e incidencia a las dos principales religiones del país, es pertinente hacer referencia a cuál es el acercamiento de estas dos denominaciones a los medios de comunicación. El enfoque de estas dos organizaciones varía en profundidad teórica y filosófica.

En el caso del catolicismo, se trata de una institución milenaria que ha desarrollado un amplio cuerpo de pensamiento, teoría y documentación con respecto a los medios de comunicación. En general, esta organización señala que los medios son mecanismos que naturalmente forman parte de la Iglesia Católica, al tiempo que constituyen una herramienta para la evangelización de los pueblos, lo que implica producir contenidos acorde con el pensamiento religioso cristiano.

A partir del siglo XX, fundamentalmente tras la celebración del Concilio Vaticano II, esta organización emitió una serie de documentación relacionada con los medios. En 1963, se divulgó el decreto *Inter Mirifica*, donde se señaló por primera vez que los medios deben usarse para predicar lo que la institución llama el “mensaje de salvación de las almas” (El Vaticano, 1963).

Adicionalmente, esta reflexión se refiere al derecho a la información de la ciudadanía, a la verdad en el uso de los medios de comunicación y a la creación de una prensa genuinamente católica editada “... con la intención de formar, afirmar y promover una opinión pública en consonancia con el derecho natural y con la doctrinas y preceptos católicos” (El Vaticano, 1963). También, el documento solicita leer y difundir la prensa católica, al tiempo que exhorta a que se le brinde apoyo a todo medio que divulgue el catolicismo (El Vaticano, 1963).

A estas instrucciones para las instancias regionales y nacionales del catolicismo le suman dos órdenes específicas: que en todas partes se constituyan oficinas nacionales para asuntos relacionados con los medios y que se brinde

capacitación sobre el uso de los mismos (El Vaticano, 1963).

Posteriormente, *Communio et Progreso* plantea principios de la iglesia para acercarse a medios de comunicación, al tiempo que explica la relevancia del pluralismo, la honestidad y la verdad en la información (El Vaticano, 1971). Adicionalmente insiste en la necesidad de que se abran agencias u oficinas de comunicación dirigidas por católicos (El Vaticano, 1971).

Finalmente está el escrito *Aetatis Novae* sobre las comunicaciones sociales, donde la Iglesia reconoce que las comunicaciones afectan las percepciones de las personas porque forman un entramado cada vez más estrecho con la vida cotidiana. El documento indica que la iglesia debe seguir “desarrollando, manteniendo y favoreciendo sus propios instrumentos y programas católicos de comunicaciones” y que estos abarcan la prensa católica, la radio y la televisión católica, las oficinas de información y relaciones públicas, así como los institutos para la formación y la práctica de los medios de comunicación (El Vaticano, 1992).

Como se evidencia, desde el siglo XX la Iglesia Católica muestra preocupación por los medios electrónicos y crea un robusto cuerpo de pensamiento donde presenta su posición, filosofía y doctrina con respecto a estos medios. Dicho cuerpo, emitido por distintas jerarquías, revela una intención de varias décadas de utilizar los medios como herramientas para la difusión del mensaje católico. Para ello, se ha ordenado financiar la formación de sacerdotes y personas interesadas en la temática, así como fundar medios católicos propios.

Los documentos también revelan que, en lo teórico, el catolicismo acuerpa principios políticos ligados al Derecho Humano a la Comunicación como el pluralismo, la diversidad, el acceso y la democratización de las informaciones. De una u otra forma, además, las directrices están cargadas de una visión ética de la comunicación, donde la verdad es un elemento central en todo contenido que se produzca.

Ahora bien, en el caso del evangelismo la dinámica es distinta. Las iglesias y autoridades religiosas de esta denominación no tienen una autoridad central e incuestionable como sucede

con el catolicismo y tampoco existe un órgano o espacio internacional que dirija política y filosóficamente en materia de comunicación social. Lo que existen son una serie de códigos y principios, así como una historia compartida que permite, en cierta medida, realizar una caracterización general de los mismos.

En la historia de los medios evangélicos los *telepredicadores* tienen un papel fundamental. Este formato televisivo surgió en la década de los cincuenta en Estados Unidos y alcanzó el éxito internacional a finales de los ochenta, gracias al conservadurismo internacional liderado por Ronald Reagan, así como al auge de las mega iglesias neopentecostales del sur norteamericano (Bivins, 2018; Fuentes Belgrave, 2019).

Este formato no solo tenía la finalidad de evangelizar, también pretendía dar una presencia mediática positiva a esta religión, algo que hasta el momento no se lograba en los medios comerciales (Quintero 1998). El formato de *telepredicar* consiste en un pastor o persona ligada a la religión evangélica dando una prédica, ya sea en un estudio televisivo o en una iglesia. En dicha prédica se refiere a temas de distinta índole, siempre desde una perspectiva conservadora y, en algunos casos, con el fin de obtener ganancias económicas para sostener financieramente la transmisión.

Los telepredicadores brindaron sustento económico a los medios evangélicos, establecieron lazos con el poder político y ayudaron a formar toda una constelación de vocerías nacionales de gran utilidad para la nueva derecha cristiana (Córdoba, 2014). Jimmy Swaggart, Jim Bakker y Pat Robertson, por mencionar algunos nombres, saltaron a la fama internacional, amasaron fortunas multimillonarias y sentaron las bases de una nueva forma de financiar las comunicaciones evangélicas a partir de las donaciones y la fe de las personas.

Una de las personas que consolidó este formato fue Pat Robertson, un ultraconservador cristiano, ex aspirante presidencial republicano y pastor homofóbico que extendió su influencia mediática en 180 países con su programa *The 700 Club*, que llegó a ser doblado en más de 70 idiomas (Caño, 1992; Redacción, 2005). Además de su programa, este telepredicador fundó en

1961 la cadena Christian Broadcasting Network, primera televisora evangélica de Estados Unidos de América (CBN, 2019). Actualmente, esta cadena forma parte de un emporio mediático del mismo nombre que se transmite en más de 200 países, trabaja en 122 idiomas y produce shows televisivos, miniseries, programas radiofónicos y artículos para la niñez, así como literatura evangélica (CBN, 2019).

Joel Osteen, también estadounidense, es otro de los telepredicadores que han consolidado la radiodifusión evangélica a nivel internacional. Este pastor administra una iglesia con más de 45 mil localidades y cuenta con su propio show televisivo semanal con audiencias de más de siete millones de personas, solo en los Estados Unidos (Duin, 2008). Al igual que Paterson, Osteen utiliza la televisión para predicar un mensaje ultraconservador y poco sensible a temas relacionados con los Derechos Humanos.

Luego de su rotundo éxito en Estados Unidos, este formato se extendió y se adaptó a las características propias de la región latinoamericana. En la década de los ochenta, noventa y principios del siglo XXI, surgieron canales de televisión y radioemisoras con religiosos evangélicos haciendo prédicas sobre distintos temas. En países como Brasil, Guatemala, Argentina o El Salvador, las iglesias pentecostales comenzaron a tener éxito con este formato y se extendieron en el espectro con nuevos canales y propuestas televisivas (Miguel, 2015).

Además de la cantidad de canales, también aumentaron la creatividad y el formato de difusión de los mensajes evangélicos. Las propuestas mediáticas de esta religión incursionaron en formatos que se podrían considerar “comerciales” como los musicales, los programas juveniles y los programas de opinión (Castro, 2018). Inclusive, en muchos casos produjeron noticieros que parecían “seculares” (Blake, 2005). Esto se hizo con el fin de apostar no solo por lo religioso sino por otro tipo de contenidos que permitieran una identificación con los distintos televidentes.

Sobre este punto de la programación el caso brasileño es particular, pues revela un interés de las iglesias evangélicas por ingresar de lleno a la industria mediática para competir por distintos

públicos con distintos formatos. En ese país, la segunda televisora más importante, Rede Record, le pertenece al pastor de la Iglesia Universal del Reino de Dios. En su horario estelar este canal produce y emite telenovelas religiosas, cuyo guión se basa en capítulos de la Biblia (Castro, 2018).

Otro tema es el aspecto económico. Como se indicó, el catolicismo tiene una jerarquía vertical, así como organizaciones de segundo o tercer nivel debidamente coordinadas que financian oficinas de comunicación propias así como medios administrados por religiosos. A diferencia de la Iglesia Católica, los evangélicos apuestan por las donaciones de los fieles. En Guatemala, gracias a este mecanismo de financiamiento y a su capacidad para lograr una cercanía con el poder político, tres organizaciones evangélicas se han logrado posicionar como los segundos actores de dicho sistema mediático, solo por detrás de las empresas ligadas al conglomerado transnacional Albavisión, del polémico mexicano Ángel González (Conclusión, 2018).

Ahora bien, a pesar de que no existe una sola institución que dirija a los medios religiosos evangélicos, existen distintos espacios de articulación que visibilizan la manera en que esta religión se acerca a la temática. Uno de ellos es la Confederación Iberoamericana de Comunicadores y Medios Masivos Cristianos (COICOM), instancia de coordinación continental creada en 1992.

Los medios evangélicos unidos en este espacio, suscriben plenamente principios cristianos relacionados con la autoridad de la Biblia, la universalidad de Cristo, la evangelización y otros principios confesionales. Además, adhieren una serie de declaraciones sobre la política que, en sus versiones más recientes, hablan abiertamente de intervenir, tomar o dominar la educación, la economía, la familia y el gobierno (COICOM, 2019a; 2019b; 2019c; 2019d)

Los medios y comunicadores de la COICOM optan por la autorregulación, al tiempo que señalan la obligación de informar y guiar a la opinión pública para que “tenga sustento en la Verdad” (COICOM, 2019b). Además, de la documentación se desprende que los comunicadores evangélicos adherentes de esta

organización visualizan los medios como una herramienta para la evangelización masiva.

Las iglesias evangélicas no presentan un cuerpo particular de pensamiento en lo que respecta a medios de comunicación. Más bien apuestan por ciertos códigos y prácticas similares, que buscan no solo difundir de manera masiva la religión evangélica, sino también experimentar con distintos formatos como las telenovelas o miniseries. Dicha exploración en materia de contenidos busca captar audiencias más allá de los evangélicos interesados en prédicas, con el fin de aumentar su mercado, así como su poder económico.

3.4 Radiografía de la fe mediática: un acercamiento a los medios religiosos

A continuación, se presentan los resultados de la caracterización de los medios religiosos realizadas para este capítulo. La información se presenta en dos subcapítulos.

Primero, se presenta un informe sobre la cantidad de medios religiosos, su denominación general y específica, así como el grupo económico de la comunicación al que pertenecen y la forma de financiamiento, entre otra información.

Segundo, se realiza un breve recorrido en perspectiva histórica de los medios de comunicación católicos y evangélicos.

3.4.1 Caracterización de los medios de comunicación religiosos

En Costa Rica se encuentran adjudicadas 182 frecuencias del espectro radioeléctrico para radiodifusión sonora y televisiva abierta. De estas, 41 frecuencias se utilizan para transmitir contenido religioso. Específicamente, son 21 frecuencias radiofónicas y 20 televisivas que corresponden al 22,5% del total de frecuencias adjudicadas en el país. Las 20 señales televisivas se ubican en la banda de UHF, mientras que las frecuencias de radiodifusión sonora se ubican

Tabla 3.1 Televisoras y radioemisoras religiosas según frecuencia, tipo y banda de transmisión

Nombre comercial	Frecuencia espectro	Medio	Banda
Enlace TV	Canal 23	TV	UHF
Cristo Visión	Canal 31	TV	UHF
Enlace Juvenil	Canal 35	TV	UHF
Esperanza TV	Canal 38	TV	UHF
Telefides	Canal 40	TV	UHF
Enlace Digital	Canal 43	TV	UHF
San José TV	Canal 48	TV	UHF
Bethel Canal 50	Canal 50	TV	UHF
Telepaz	Canal 52	TV	UHF
Enlace Juvenil CR	Canal 62	TV	UHF
Radio Santa Clara	550AM	Radio	AM
Radio María	610AM	Radio	AM
BBN Radio	910AM	Radio	AM
Radio Fides	1040AM	Radio	AM
Radio Faro del Caribe	1080AM	Radio	AM
Radio Chorotega	1100AM	Radio	AM
Radio Nueva Diócesis de Limón	1140AM	Radio	AM
Radio Fe y Poder	1220AM	Radio	AM
Radio Emaus	1260AM	Radio	AM
Visión	1280AM	Radio	AM
Radio Sinaí	1400AM	Radio	AM
Enlace	1540AM	Radio	AM
Radio Lira	88.7FM	Radio	FM
Life FM	89.5FM	Radio	FM
Radio Fides	93.1FM	Radio	FM
Faro del Caribe	97.1FM	Radio	FM
Stereo Visión	98.3FM	Radio	FM
Radio María	100.7FM	Radio	FM
Radio Sinaí	103.9FM	Radio	FM
Radio Pura Vida	106.3FM	Radio	FM
Unción	106.7FM	Radio	FM

Fuente: Elaboración propia, 2019.

12 en Amplitud Modulada (AM) y nueve en Frecuencia Modulada (FM).

Por aspectos técnicos, en televisión abierta analógica es indispensable contar con tres concesiones del espectro para obtener cobertura nacional. Esto es así porque una de las frecuencias se utiliza para emitir una señal matriz o principal, mientras que las otras dos se utilizan como frecuencias repetidoras. Es decir, repiten o retransmiten la señal principal en áreas geográficas donde no tienen cobertura.

Si se retiran las frecuencias del espectro que se utilizan para la retransmisión, el resultado es que existen 31 medios de comunicación televisivos o radiofónicos de carácter religioso, abierto, gratuito y universal que emiten sus señales por el espectro radioeléctrico (tabla 3.1, página anterior). La caracterización se concentra en estos 31 medios porque, independientemente de la cantidad de concesiones, esta es la cifra real

de señales que pueden observar las personas que residen en Costa Rica.

Los medios religiosos dividen su denominación principal entre las religiones evangélica y católica (tabla 3.2). Existen 18 señales evangélicas en el espectro radioeléctrico, lo que representa el 58% del total de medios activos. Las señales católicas son 12, lo que significa el 38% de las radioemisoras y televisoras confesionales. En total, estas dos denominaciones agrupan el 96% de los medios de comunicación. El panorama lo completa Telepaz Canal 52, que representa al Nuevo Movimiento Religioso (NMR). Sobre este caso particular se vuelve más adelante.

Los evangélicos son quienes tienen más presencia en el espectro. Si se considera únicamente la denominación evangélica, es posible observar que están en las tres bandas. El 33% de su participación se encuentra en la frecuencia FM, el 27% se ubica en la frecuencia AM y el 38% de su presencia activa está en la televisión. Como

Tabla 3.2 Radioemisoras y televisoras religiosas, según nombre, religión y tipo de medio

Religión	AM	FM	TV*
Evangélica	<ul style="list-style-type: none"> - BBN Radio (910AM) - Faro del Caribe (1080AM) - Fe y Poder (1020AM) - Visión (1280AM) - Enlace (1540AM) 	<ul style="list-style-type: none"> - Lira (88.7FM) - Life FM (89.5FM) - Faro del Caribe (98.3FM) - Stereo Visión (98.3FM) - Pura Vida (106.3FM) - Unción (106.7FM) 	<ul style="list-style-type: none"> - Enlace TV (Canal 23) - Cristo Visión (Canal 31) - Enlace Juvenil (Canal 35) - Esperanza TV (Canal 38) - Enlace Digital (Canal 43) - Bethel (Canal 50) - Enlace Juvenil CR (Canal 62)
Católica	<ul style="list-style-type: none"> - Santa Clara (550AM) - Radio María (610AM) - Radio Fides (1040AM) - Chorotega (1100AM) - Diócesis Limón (1140AM) - Emaus (1260AM) - Sinaí (1400AM) 	<ul style="list-style-type: none"> - Radio Fides (93.1FM) - Radio María (100.7FM) - Sinaí (103.9FM) 	<ul style="list-style-type: none"> - Telefides (Canal 40) - San José TV (Canal 48)
Nuevo Movimiento Religioso	0	0	- Telepaz (Canal 52)

Fuente: Elaboración propia, 2019.
*Se excluyen frecuencias repetidoras.

es visible, los evangélicos son los que cuentan con más frecuencias televisivas, con siete señales en abierto funcionando actualmente. También cuentan con su presencia mejor distribuida si se compara con las señales católicas.

Por su parte, la religión católica tiene su arraigo mayoritariamente en la radio (tabla 3.2). Si se consideran de manera exclusiva sus iniciativas mediáticas, es posible observar que 10 de sus 12 medios se ubican en las bandas radiofónicas. De estas 10, siete radioemisoras son AM, mientras que tres transmiten actualmente en FM. En estos casos, la mayoría de frecuencias se encuentran adjudicadas a las temporalidades de la Iglesia Católica o a la Conferencia Episcopal lo que permite afirmar que existe un vínculo directo con la jerarquía eclesiástica (Jiménez, 2018).

La clasificación por denominación específica es de utilidad para desagregar los medios religiosos evangélicos (figura 3.1). Como se explicó, no existe una sola iglesia evangélica sino distintas denominaciones, credos y prácticas con diferencias históricas, espirituales y filosóficas (Prolades, 2014). Dicha separación también aplica para Costa Rica.

Si se realiza esta división, se observa que el 32% de los medios evangélicos son de carácter pentecostal, seguido por el 19% de medios que suscriben la denominación bautista. En un tercer lugar se encuentran los medios que responden al adventismo con el 7%. El cuadro lo completa el catolicismo y el nuevo movimiento religioso, que siguen ocupando los mismos lugares.

Es importante realizar una anotación en torno a los medios pentecostales. Cuando se realizó el contacto para conversar sobre estos temas, las emisoras pentecostales no se autonobraban como neopentecostales. Según comentaron en varias ocasiones, el término es exclusivo de la política, pero no aplica para los medios de comunicación.

Por esa razón, el 100% de los medios de dicha denominación específica se clasifican según su autodenominación. Evidentemente, esto dificulta el análisis detallado pues existen diferencias claras y visibles entre el pentecostalismo y el

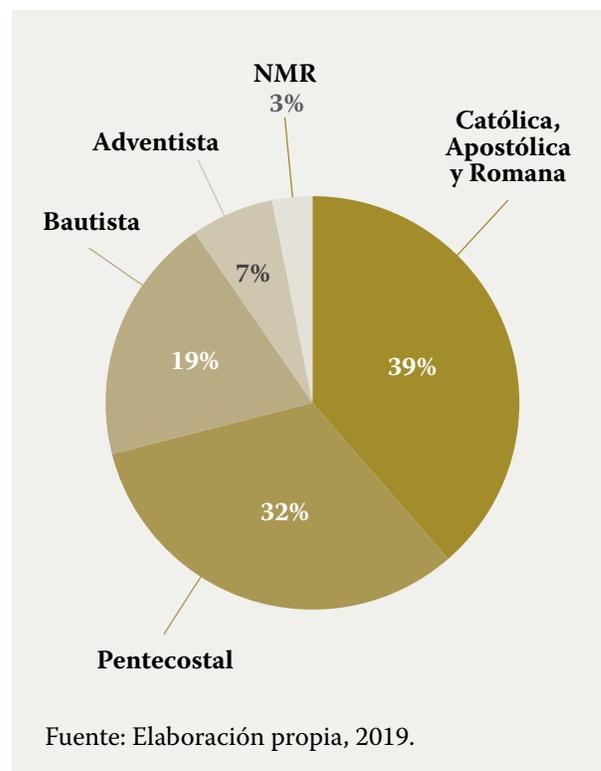


Figura 3.1 Medios de comunicación religiosos, según denominación específica, 2019.

neopentecostalismo (Calderón y Zúñiga, 2018; Frigeiro, 2010; Semán, 2019).

A pesar de que existe diversidad entre las religiones evangélicas, su agenda temática es similar. Su oposición a la agenda de Derechos Humanos, así como su conservadurismo en asuntos sociales varía muy poco de una denominación específica a otra. Si el análisis se realiza a nivel mediático, se observa que comparten una visión similar en muchos de esos temas, como lo demuestra el grupo Enlace. Esta empresa mediática, que administra varios canales de televisión, se autodenomina como bautista, pero da cabida a pastores de distintas denominaciones evangélicas dentro de su parrilla de programación.

El análisis por grupo de comunicación también es relevante porque permite caracterizar las señales religiosas considerando una perspectiva de economía política de la comunicación (Jiménez, 2018). Esta clasificación brinda como resultado

que la Conferencia Episcopal es el principal grupo de comunicación en el espectro radioléctrico costarricense, con una presencia de un 39% con respecto al total de medios analizados (figura 3.2). En orden descendente, le siguen la empresa Enlace con un 16% y el Grupo Visión con un 10%. Luego de ellos, se encuentran otras empresas que tienen dos o una señal, lo que representa el 6% y el 3% respectivamente.

Este predominio de la Iglesia Católica se explica, fundamentalmente, en el hecho de que administra sus comunicaciones de manera centralizada. A pesar de que existen más señales evangélicas, las mismas se encuentran distribuidas entre distintos grupos de comunicación o empresas individuales que, si bien comparten códigos, prácticas y hasta acercamientos periodísticos similares, tienen líneas editoriales, administrativas y empresariales independientes. En ese sentido, las autoridades católicas parten con una ventaja, en tanto tienen más posibilidades de difundir una visión particular de un hecho por más plataformas de distribución.

Adicionalmente, esta clasificación permite analizar cuáles son los tipos de medios por los

que apuestan los distintos grupos empresariales de la comunicación. La Iglesia Católica, a través de la Conferencia Episcopal, es el único actor que tiene presencia en todo el espectro ya que presenta inversiones en las tres bandas que son objeto de estudio en este capítulo (tabla 3.3). Este dato se debe leer en conjunto con el mencionado previamente, donde se consignó a los evangélicos como los que tenían una presencia integral. Si se realiza esto, es posible afirmar que, si bien los evangélicos tienen más peso cuantitativo y más presencia como denominación general, es la Iglesia Católica la que tiene más presencia como actor individual.

Por su parte, la caracterización por ubicación geográfica revela que la mayoría de medios religiosos se ubica fuera de San José. En total, 21 de los 31 medios tienen sus estudios o el origen de sus transmisiones en la ciudad capital, lo que representa el 67%. Esto coincide con otros estudios sobre concentración en el sistema mediático costarricense que refieren a la poca representatividad regional como una de las problemáticas a resolver, si se busca una

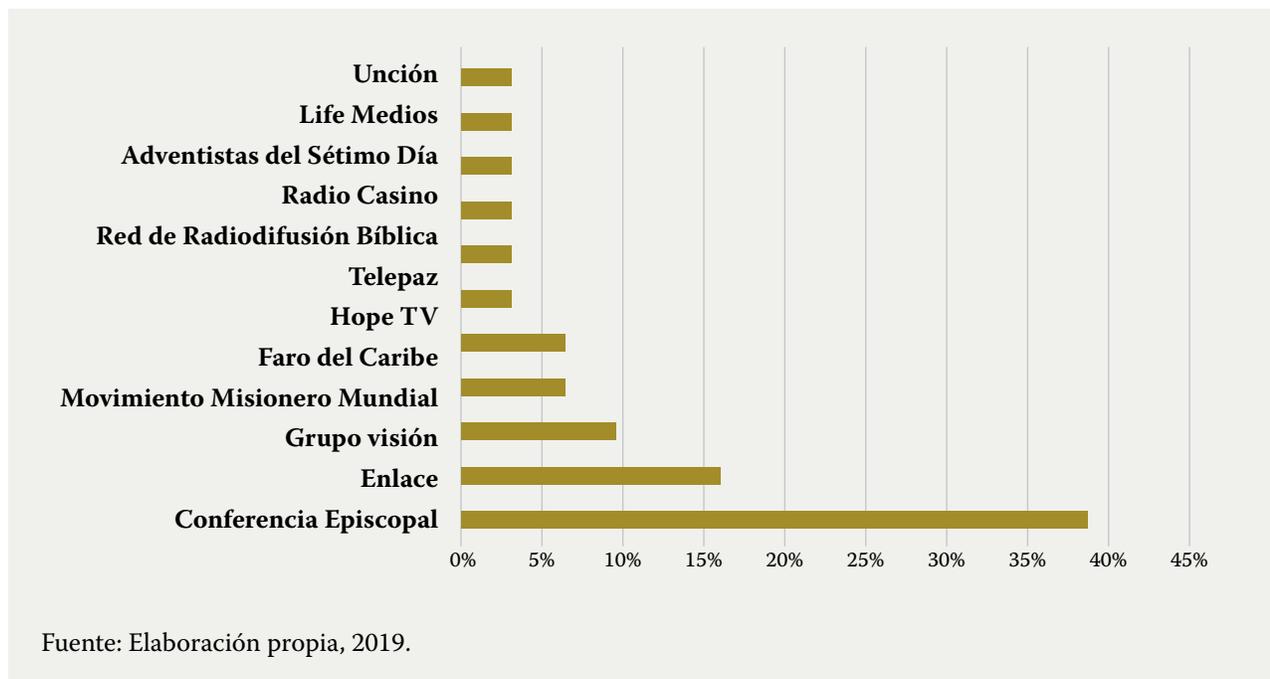


Figura 3.2 Medios de comunicación religiosos, según grupo de comunicación

Tabla 3.3 Medios de comunicación religiosos, según grupo de comunicación y banda

Grupo de comunicación	Radio AM	Radio FM	TV
Conferencia Episcopal	7	2	2
Enlace	2	0	4
Visión	1	2	0
Adventistas del Séptimo Día	0	1	0
Faro del Caribe	1	1	0
Hope TV	0	0	0
Life Medios	0	1	0
Movimiento Misionero Mundial	0	0	2
Radio Casino	1	0	0
Red de Radiodifusión Bíblica	1	0	0
Telepaz	0	0	1
Unción	0	1	0

Fuente: Elaboración propia, 2019.

democratización real en el acceso a los medios de comunicación (Fournier, Jiménez y Ochoa, 2018).

Los 10 medios que transmiten fuera de San José son radiofónicos exclusivamente; seis responden al catolicismo y los otros cuatro a los evangélicos. Los que suscriben una línea editorial católica son: Radio Santa Clara en San Carlos (550AM), Radio Chorotega en Guanacaste (1100AM), Radio Nueva Diócesis de Limón en Limón (1140AM), Radio Emaús en la Zona Sur (1260) y Radio Sinaí en Pérez Zeledón (1400AM y 103.9FM). Mientras que las señales evangélicas que se encuentran fuera de la capital son: Faro del Caribe (1080AM y 97.1FM), Radio Fe y Poder (1220AM), Radio Lira (88.7FM).

El estudio también indagó sobre la principal fuente de financiamiento. En este aspecto, en primer lugar, se encontró que 17 radioemisoras y televisoras confesionales tienen como principal fuente de financiamiento las donaciones, lo que representa un 55% (tabla 3.4). En un segundo lugar, se encuentra la publicidad, la cual brinda

sostenibilidad económica a ocho de las iniciativas mediático-religiosas y que se traduce en un 26%.

En tercer lugar se encuentra una categoría que se nombró como “eventos espirituales o especiales”, la cual consiste en conciertos con grupos religiosos o actividades públicas donde se recolectan fondos entre sus audiencias. Este tipo de mecanismo fue mencionado por cuatro de los medios analizados. Finalmente, en dos de los medios no se pudo obtener la información, porque no contestaron el teléfono registrado, o porque no quisieron responder la consulta.

Con respecto al mecanismo de donaciones, es importante hacer dos anotaciones. Primero, en varios de los lugares se consultó por el mecanismo principal, lo que significa que no necesariamente es el único o exclusivo. De hecho, en varios de los medios señalaron que si bien recibían donaciones, también tenían un presupuesto propio. Este señalamiento ocurrió fundamentalmente en medios católicos dependientes de la Conferencia Episcopal. Segundo, las formas de ejecutar las donaciones variaban según el tipo de medio o su

Tabla 3.4 Fuente de financiamiento en medios religiosos porcentual y nominal, según mecanismo principal de financiamiento

Mecanismo principal	Nominal	Porcentual
Donaciones	17	55%
Publicidad	8	26%
Eventos espirituales	4	13%
Sin información	2	6%
Total	31	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

lugar de ubicación. Mientras que una radioemisora como Faro del Caribe tiene en su página web un sitio específico para ofrendas mediante Internet y con distintos tipos de tarjeta, sea débito o crédito, hay otros medios que reciben las donaciones únicamente de manera física.

3.4.2 Una relación de larga data: iglesias y medios en Costa Rica

Hechas estas caracterizaciones generales, corresponde hacer anotaciones desde una perspectiva histórica sobre la relación entre los medios de comunicación radiofónicos y televisivos y las organizaciones religiosas. Tras la revisión de los expedientes de los concesionarios de frecuencias de radio y televisión, es posible afirmar que el vínculo de las religiones con los medios no constituye una novedad en el sistema mediático costarricense. Es una relación de más de medio siglo, de larga data y duradera.

El rastreo permite indicar que hace 68 años, específicamente en 1952, se produjo la primera transmisión formal de una señal religiosa (tabla 3.5). Se trató de la radioemisora católica Fides (1040AM), que actualmente es la emisora oficial de la Arquidiócesis de San José (Fides, 2019). En 1957 entró al aire Faro del Caribe, que comenzó a transmitir por la frecuencia 1080AM (Vargas, 1958). Esta radioemisora de corte evangélico y asentada en el Atlántico costarricense no solo fue el segundo medio electrónico religioso del país, sino que también fue la segunda emisora

evangélica en toda la región latinoamericana, solo superada por la emisora ecuatoriana La Voz de los Andes, que nació en 1933 (Zúñiga, 2019).

A partir de este momento, comienzan a surgir en las siguientes décadas una serie de iniciativas religiosas tanto en radio como en televisión. En la década de los sesenta, aparece Emaús y Sinaí (Urbina, 1965; Emaús, 2019). Además, se sumaron las señales en frecuencia modulada de Fides y Faro del Caribe. En la década siguiente, el único movimiento encontrado fue el surgimiento de la señal en FM de Sinaí. Hasta el momento, en estas tres décadas no surge ningún tipo de televisora ligada a ninguna organización religiosa u organización laica con vocación evangelizadora.

Esta situación cambia en la década de los ochenta, con el nacimiento de canales católicos y evangélicos. En 1986 se adjudica la señal para el Canal Enlace, fundado por el pastor Jonás González (Fernández, 1986). Este sería el primer paso de una empresa que continuaría creciendo hasta convertirse, en la actualidad, en una transnacional de la comunicación con base en San José; la cual produce y transmite contenido evangélico a más de 100 países, en distintos idiomas, y que, en el 2005, lograba recolectar más de 400 millones de colones al año en donaciones de las personas que siguen sus transmisiones (Nación, 2005).

Adicionalmente, en esta década surge el canal 31 y una serie de radioemisoras en las dos bandas existentes. Entre ellas: Chorotega, Santa

Clara, Visión, Lira, Adventistas del Séptimo Día y Sendas de Vida. Las dos últimas emisoras mencionadas salieron del aire, la primera en 1991 y la segunda en el 2000.

En la década de los noventa surgió el Canal Telefides, la primera apuesta del catolicismo por administrar un proyecto televisivo de cobertura nacional, con el fin de propagar su visión de mundo en territorio costarricense. Es, hasta el momento, la apuesta más ambiciosa en materia televisiva del catolicismo. A pesar de que actualmente el canal se mantiene con donaciones y venta de publicidad, no tiene ni el alcance ni el impacto de la empresa Enlace, de corte evangélico.

En esta misma época nace Radio María de Guadalupe, emisora que marcaría un parteaguas en la historia de los medios religiosos del país. Fundada en 1999 por el polémico sacerdote católico Minor de Jesús Calvo y el empresario Omar Chaves, esta señal radiofónica salió al aire en la frecuencia 100.3 FM (Salazar, 2004). La

emisora logró altos niveles de audiencias que permitieron que el sacerdote se convirtiera en una figura de reconocimiento nacional, así como en un líder que lograba captar gran cantidad de dinero en donaciones (Murillo, 2007).

El tema de las donaciones y el manejo económico de la emisora fue motivo de investigaciones periodísticas de distinta índole. Sin embargo, fueron los reportajes del periodista Parmenio Medina en su programa La Patada, los que provocaron que el asunto culminara en una polémica de envergadura nacional con la intervención de la Conferencia Episcopal en la administración de la radio (Rivera, 2001). El problema se tornó mayor cuando Parmenio Medina fue asesinado, y se abrió una causa donde se culpó directamente al sacerdote de ser el autor intelectual junto con su socio comercial. Al final, la emisora salió del aire, Calvo fue condenado por estafa y su socio empresarial Omar Chaves

Tabla 3.5 Medios de comunicación religiosos, según década de surgimiento y tipo

Década	Radio	Televisión
1950-1960	Fides (1040AM), Faro del Caribe (1080AM)	
1960-1970	Fides (93.1FM), Faro del Caribe (97.1FM), Emaús (1260AM), Sinaí (1400AM)	
1970-1980	Sinaí (103.9FM)	
1980-1990	Chorotega (1100AM), Santa Clara (550AM), Visión (1280AM), Lira (88.7FM), Adventistas del Séptimo Día (1540AM)*, Sendas de Vida (89.9FM)*	Enlace (Canal 23), Cristo Visión (Canal 31), Enlace (Canal 43)*
1990-2000	Enlace (1540AM), María (100.3FM)*	Telefides (Canal 40)
2000-2010	Life FM (89.5FM), BBN Radio (910AM), Nueva Diócesis de Limón (1140AM), Stereo Visión (98.3FM), María (610AM), Unción (106.7FM), La Negrita (1020AM)*, La Paz del Día (100.3FM)*	Enlace Juvenil (Canal 35), Enlace Juvenil CR (Canal 63), Telepaz (Canal 52), Bethel (Canal 50), Esperanza TV (Canal 38)
2010-2020	Pura Vida (106.3FM), Fe y Poder (1220AM), María (100.7FM), La Negrita (550AM)*	San José TV (Canal 48)

Fuente: Elaboración propia, a partir de los expedientes de concesiones de SUTEL, 2019

*Medios religiosos que surgieron, pero que posteriormente se volvieron no religiosos

fue encontrado culpable del asesinato de Medina (Rivera, 2001).

El cierre de esta emisora coincidió con el inicio del siglo XXI. En esta época, se crean múltiples medios religiosos, tanto evangélicos como católicos. Estos 10 primeros años del nuevo siglo son, junto con la década de los ochenta, los más productivos en términos de cantidad de plataformas mediáticas de corte religioso creadas en el país. En esta época surgieron ocho emisoras y cinco canales de televisión.

Entre las televisoras religiosas que surgieron en este período se encuentra Telepaz Canal 52. Esta televisora fue fundada por la Asociación de Familias para la Paz Mundial y comenzó sus transmisiones en 2003 (Si Cultura, 2019). Responde a la Iglesia de la Unificación, una denominación surgida en Corea del Sur en 1954, que mezcla elementos del cristianismo, el confucionismo y religiones autóctonas de Corea (Brown, 2012).

Esta denominación siempre ha estado rodeada de polémica. Por ejemplo, sus enseñanzas enfatizan en que la verdadera iluminación puede lograrse en parte a través del matrimonio (a menudo arreglado) con otros miembros de la iglesia (AFP, 2018). Además, le rinden culto a su líder fundacional, el reverendo Sun Myung Moon, fallecido en 2012, quien, además de guía espiritual, fue un próspero comerciante de armas internacional (Clarín, 1999).

En la década de los ochenta, el auge de esta religión en Estados Unidos le generó enormes ganancias financieras a sus líderes (Dunkel, 2018). Estos ingresos le permitieron a la organización crear un grupo empresarial, una red de televisión y empresas ligadas al comercio de productos marinos (Burton, 2018). Actualmente, y luego de la muerte del fundador, la viuda Hak Ja Han se convirtió en la lideresa de la congregación (Vazquez, 2018). Como se puede notar, de todos los canales y radioemisoras religiosas, Telepaz Canal 52 es la propuesta mediática más particular por su adscripción religiosa.

Finalmente, en la década 2010-2020 los movimientos en el espectro de los medios religiosos son relativamente pocos. Se abrió una televisora y cuatro emisoras: Pura Vida, Fe y poder,

Radio María y la Negrita. De las radioemisoras, la última dejó de emitirse, mientras que con Radio María hubo un intento de recuperar el nombre de la empresa del sacerdote Minor Calvo, pero con otra administración.

3.5 Reflexiones finales

La descripción del escenario mediático-religioso, así como de la caracterización histórica realizada, permite enumerar una serie de reflexiones sobre las televisoras y radioemisoras que tienen líneas editoriales adscritas a una religión particular. Primero, se debe señalar que los medios religiosos son actores relevantes en el sistema mediático general de Costa Rica, sobre los que se debe indagar más. Los datos revelan que su presencia es del 22%, superando a las iniciativas mediáticas públicas o del sector estatal, así como a las propuestas regionales de televisión comercial.

Este estudio es un primer acercamiento a un terreno que todavía tiene más potencialidades de investigación. Se debe conocer más en detalle el funcionamiento de los medios religiosos, sus estructuras y sus relaciones político-económicas con las élites políticas de Costa Rica. De igual forma, se hace pertinente profundizar en su programación, el tipo de contenido que producen y las audiencias, así como en otras iniciativas que en esta investigación, por motivo de tiempo, espacio y capacidad, se dejaron por fuera, por ejemplo los medios escritos y digitales.

Segundo, la caracterización general sobre el panorama en Costa Rica permite concluir que estamos en un escenario de disputa mediática entre la religión católica y la religión evangélica. Si bien las iglesias evangélicas tienen más frecuencias del espectro radioeléctrico concesionadas, es la Iglesia Católica el actor particular con más señales en activo. Esto le brinda una posición de ventaja y beneficio con respecto a las otras religiones analizadas, en tanto se trata de un solo actor jurídico y político administrando varias líneas editoriales de manera centralizada y coordinada.

Tercero, el escenario de los medios de comunicación religiosos se encuentra concentrado en dos religiones: el catolicismo y las iglesias evangélicas las cuales manejan el

96% de las emisoras y televisoras de carácter confesional de Costa Rica, coincidiendo con los niveles de adhesión de estas dos denominaciones en la población del país. En un tercer lugar, se encuentra una iglesia que ha sido criticada por su defensa del uso de las armas y sus creencias sobre la familia.

Este punto es particularmente relevante por sus implicaciones en términos de libertad de expresión y derecho a la comunicación. Estudios sobre concentración previamente realizados (Jiménez, 2018; Prosic, 2009; Fournier, Jiménez y Ochoa, 2018) señalan que el escenario mediático nacional se encuentra concentrado en términos territoriales, de propiedad y en términos de diversidad de contenido. A esos tipos de concentración se le debe agregar, adicionalmente, la concentración en cuanto a denominaciones religiosas dentro de los medios confesionales.

Cuarto, el estudio confirma que el crecimiento social del pentecostalismo en las adhesiones espirituales tiene su reflejo en el sistema mediático costarricense. Los medios identificados con esta denominación específica son mayoría dentro de las emisoras y televisoras evangélicas. Dicha información es revelante porque visibiliza una poderosa herramienta de divulgación de ideas de este movimiento espiritual que, como se mencionó, tiene expresiones político-partidarias concretas (Zúñiga, 2019). Los niveles de alcance y las formas de comunicación específicas de estos medios pentecostales deben ser motivo de un análisis más profundo en futuras investigaciones.

Quinto, se confirma que, en Costa Rica, la relación entre medios de comunicación y religiones no es algo nuevo. Existen vínculos entre emisoras radiofónicas y organizaciones religiosas desde mediados del siglo XX las cuales se han ido fortaleciendo y han permitido crear un ecosistema mediático particular dentro del escenario general

de los medios en Costa Rica. Dicho ecosistema mediático-religioso ha crecido desde la década de los cincuenta, y se constituye actualmente en un actor de relevancia cuando se discute acerca de los medios de comunicación.

Sobre este punto, es particularmente importante anotar que la “conversión” de un medio comercial a un medio religioso parece que es permanente. Si se mira con detalle, son pocos los medios de comunicación confesionales que regresan a ser comerciales. Al parecer, cuando un medio comienza a transmitir programación religiosa o evangelizadora, encuentra sostenibilidad económica o un nicho de audiencia que le permite continuar existiendo, ya sea mediante donaciones o venta de publicidad comercial.

Sexto, es importante anotar que este estudio exploratorio permite visualizar otras líneas de investigación con respecto a los medios de comunicación religiosos. Una particularmente relevante tiene que ver con la programación y los contenidos de cada una de estas iniciativas. Investigar sobre qué comunican, cómo y en qué formato, permitiría tener una mayor claridad sobre los mecanismos de divulgación que utilizan las organizaciones religiosas en el siglo XXI para buscar adherentes o mantener los fieles que ya tienen.

De igual forma, se debe investigar sobre el vínculo que existe entre estas organizaciones y las personas creyentes, para indagar si estos perciben a los medios religiosos como fuentes fidedignas de información en otros temas ajenos a los espirituales o si, por el contrario, únicamente se acercan a ellos para practicar u observar algún culto religioso particular. Para ello, es necesario no solamente investigar la documentación oficial sino también aplicar instrumentos metodológicos que permitan conocer la percepción de las personas practicantes. ■