

El lugar de los medios de comunicación en el proceso de construcción imaginaria del “enemigo” en el caso Marco Feliciano

O lugar das mídias no processo de construção imaginária do “inimigo” no caso Marco Feliciano

The place of media in the process of imaginary constructions of the “enemy” in Marco Feliciano case

Magali do Nascimento Cunha¹

Resumen *Partiendo de la afirmación de que los medios de comunicación son componentes de la dinámica social e interactúan con ella, este trabajo tiene como objetivo identificar el lugar de estos medios en la construcción imaginaria de la configuración colectiva de enemigos en el fenómeno sociopolítico aquí denominado “caso Marco Feliciano”. El estudio exploratorio y descriptivo está guiado por el siguiente problema: ¿en qué medida y cómo los medios de comunicación brasileños participaron en el proceso de construcción del imaginario colectivo del “enemigo” en el caso de Marco Feliciano en 2013?*

Palabras-clave: *Medios de comunicación; Imaginario social; Religión; Política; Marco Feliciano*

Resumo *Partindo da assertiva de que as mídias são componentes da dinâmica social e com ela interagem, este trabalho busca identificar, no fenômeno sociopolítico aqui denominado “caso Marco Feliciano”, o lugar das mídias no processo de construção imaginária da configuração coletiva de inimigos. O estudo de caráter exploratório-descriptivo se pautou pelo seguinte problema: em que medida e de que forma as mídias brasileiras participaram do processo de construção do imaginário coletivo do “inimigo” no caso Marco Feliciano, de 2013?*

¹ Doctora en Ciencias de la Comunicación por la USP (Universidade de São Paulo). Máster en Memoria Social y Documento. Graduada en Comunicación Social (Periodismo). Docente del Programa de Posgrado en Comunicación Social de la Universidad Metodista de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. E-mail: magali.cunha@metodista.br.

Palavras-chave: *Mídias; Imaginário social; Religião; Política; Marco Feliciano*

Abstract *Starting from the assertion that the media are components of social dynamics and interact with it, this article aims to identify, in sociopolitical phenomenon here called “Marco Feliciano case”, the place of the media in the process of the imaginary construction of the collective configuration of enemies. The exploratory and descriptive study is guided by the following problem: to what extent and how the Brazilian media participated in the process of collective imaginary construction the “enemy” in Marco Feliciano case in 2013?*

Keywords: *Media; Social imagination; Religion; Politics; Marco Feliciano*

Fecha de envío: 15/08/2013

Fecha de aceptación: 30/09/2013

Preliminares

Durante los meses de marzo y abril de 2013 pudimos seguir en los medios de comunicación un episodio sin precedentes en el Congreso Nacional Brasileño, que potenció en la dinámica social la relación medios de comunicación-religión-política. El 5 de marzo el Partido Socialista Cristiano (PSC) anunció la elección como presidente de la Comisión de Derechos Humanos y Minorías de la Cámara Federal (CDHM) del pastor evangélico y diputado federal Marco Feliciano (SP), miembro de su bancada. Las reacciones de grupos implicados en la defensa de los Derechos Humanos fueron inmediatas, con la alegación de que el diputado era conocido en los medios de comunicación por sus manifestaciones discriminatorias en relación con las personas de raza negra y los homosexuales. El PSC se defendió argumentando que siguió un protocolo que le otorgaba el derecho a proponer la presidencia de esa comisión, un proceso inserto en los trámites de la democracia, tal como se establece en el parlamento brasileño. Este asunto es, ciertamente, fuente de reflexiones, especialmente en lo que se refiere a por qué los grandes partidos convierten la defensa de los Derechos Humanos en “moneda barata de intercambio”, como bien apuntó Renato Janine Ribeiro (2013). Se suma a esto el hecho de que ni el diputado nombrado ni su partido presentan una trayectoria de compromiso con la causa de los Derechos Humanos que los cualificasen para el puesto.

Lo que llamó (y todavía sigue llamando) la atención en este caso es la “bola de nieve” que se provocó a partir de las reacciones al nombre del diputado, formada por las protestas públicas por parte de diferentes sectores de la sociedad civil, la creación de un frente parlamentario de oposición a la elección de Feliciano y el establecimiento de una guerra religiosa entre evangélicos y activistas del movimiento de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (LGBT) y de los movimientos feministas, así como entre evangélicos y no cristianos. Y esta bola de nieve es producto de factores que se presentan más allá de la CDHM, y que la exponen como un elemento más en el complejo cuadro de la relación entre religión y sociedad en Brasil. Entre estos factores está la

construcción imaginaria del otro como enemigo, lo que es el objeto de este estudio.

Partiendo de la afirmación de que los medios son componentes de la dinámica social e interactúan en los procesos socio-históricos, culturales y políticos de las diferentes sociedades, este trabajo pretende identificar en este fenómeno sociopolítico denominado “caso Feliciano” el lugar de los medios en el proceso de construcción imaginaria de la configuración colectiva de enemigos. Para ello, tomamos como referencia estudios en el campo del imaginario social anclados en la filosofía de Cornelius Castoriadis, en la antropología de Gilbert Durand y en la sociología de Michel Maffesoli. Estas referencias sirven de base para el estudio exploratorio-descriptivo que presentamos, que se guio por el siguiente problema: ¿en qué medida y de qué forma los medios de comunicación brasileños participaron en el proceso de construcción del imaginario colectivo del enemigo en el caso Marco Feliciano de 2013?

Construcción social del imaginario y comunicación

“Imaginario” es una comprensión que nace en la filosofía, que instigó a filósofos de diferentes épocas, a historiadores, psicoanalistas, antropólogos, sociólogos y que viene seduciendo a los comunicólogos. Los seres humanos viven de imágenes, viven de imaginación construida socialmente, que forma y reforma sus creencias, su lenguaje, sus organizaciones, sus leyes, sus actitudes frente a los desafíos de la vida y frente al otro. El ser humano es lo que es mediante su interacción con el otro.

En este aspecto el campo de la comunicación es abonado por las nociones de imaginario. “Hacer común”, comunicar, es hacer posible la vida en común. El ser humano necesita al otro: es un ser social. ¿Cómo pensar la imaginación social sin la comunicación, las interacciones, el intercambio de ideas, sentimientos, sueños, deseos?

¿Cómo pensar los procesos comunicacionales que dan forma a las apropiaciones y representaciones sociales sin considerar la imaginación social de los colectivos? ¿Cómo no ver el lugar de los medios de comunicación, cuyos discursos se apropian de imágenes socialmente

construidas al tiempo que las representan contribuyendo al proceso de construcción y reconstrucción, de creación y recreación de esas mismas y de otras imágenes?

Pensar la relación imaginario-comunicación es entrar en un fértil campo de estudio e investigación, pues a fin de cuentas, la vida en sociedad se construye por interacciones sociales que producen una cultura relacionada con los ámbitos cotidianos, las formas de comunicación, las leyes, reglas y convenciones sociales, las visiones del mundo, los sueños y los deseos. El filósofo griego Cornelius Castoriadis denomina esta recolección de productos de las interacciones sociales (figuras/formas/imágenes) “significaciones imaginarias”, que forman un todo coherente, el imaginario, o sea, se crean y se comparten para dar sentido y cohesión a la existencia de un grupo. Para Castoriadis solo a partir de estas “significaciones imaginarias” se puede hablar de “algo” (1995, p. 36).

Esta comprensión se opone a otra, que acaba incluso predominando, en un cierto sentido común (incluso en espacios académicos), que contrapone lo imaginario a lo real, a lo verdadero. Se defiende aquí un camino inverso, en el que “nada humano debe ser extraño” (DURAND, 2002, p. 40), y que ve el imaginario como un elemento muy concreto, inserto en la realidad, como algo que está más allá de los individuos:

... el estado de espíritu de un grupo, de un país, de un Estado-nación, de una comunidad, etc. Lo imaginario establece vínculos. Es argamasa social. Así, si el imaginario liga, une una misma atmósfera, no puede ser individual. (MAFFESOLI, 2001, p. 76).

El imaginario es, pues, un componente de la existencia humana como experiencia marcadamente social, que da sentido a la vida colectiva y es resignificado por ella, convirtiéndose en un elemento en permanente construcción. El imaginario es la elaboración colectiva de la colección de imágenes formadas por el ser humano, de todo lo que este aprehende visualmente y experimentalmente del mundo (CUNHA, 2011, p. 38). Así, pues, es socializado por procesos comunicacionales por medio de los cuales el ser humano interactúa, de forma interpersonal y masiva, mediada o no.

En esta comprensión de la relación con lo real y lo ordinario se concibe la perspectiva simbólica del imaginario, relacionada con los mitos y los arquetipos. Gilbert Durand dedicó sus estudios basados en esta noción a establecer lo que él denominó “trayecto antropológico”. En el delineamiento de este trayecto, el antropólogo se inspira en los estudios de arquetipos (del griego *archétipos*, ‘impresión/marca del principio’) de Carl Gustav Jung tratados como “imagen original”, “prototipo”, el primer modelo o marca de algo. En este sentido, el arquetipo es así evidenciado por el psicoanalista:

La imagen primordial debe indiscutiblemente estar en relación con ciertos procesos perceptibles de la naturaleza que se producen sin cesar y son siempre activos, pero por otro lado es igualmente indudable que habla sobre ciertas condiciones interiores de la vida del espíritu y de la vida en general... (JUNG *ápu*d DURAND, 2002, p. 60).

Durand defiende la importancia “esencial” de los arquetipos, que constituyen “el punto de convergencia entre el imaginario y los procesos racionales” (2002, p. 61). Por eso son muchos los arquetipos: el de la figura materna, del hermano, del héroe, del amante, del hombre de éxito, del viejo sabio, del enemigo, del bien y del mal, de la sombra, del *ánima* (alma), entre otros construidos socialmente a lo largo de la historia humana.

Es que, efectivamente, los arquetipos se unen a imágenes muy bien diferenciadas por las culturas y en las que varios esquemas se ven imbricar. Nos encontramos, pues, ante la presencia del símbolo en sentido estricto, símbolos que asumen tanta más importancia cuanto más ricos son en diferentes sentidos (DURAND, 2002, p. 62).

Es así como el imaginario crea significaciones que van a constituir las instituciones sociales (lenguas, familia, leyes, gobiernos, religiones). Un movimiento instituyente constante, que da sentido a múltiples componentes sociales, entre ellos las identidades individuales y colectivas. Y en la constitución identitaria están presentes dos nociones que motivan este estudio: el otro y el no otro, o el enemigo.

Imaginario, identidad, la noción de otro y de enemigo

Identidad es un concepto estudiado por distintos campos del conocimiento, como la psicología social, el psicoanálisis, la filosofía, la antropología, la sociología, con diferentes enfoques y énfasis. Una de las nociones que tienen una estrecha relación con lo que trata este estudio es la de identidad como representación –*como imagen*. Se trata del sentido o la forma que un individuo o un grupo social se atribuye a sí, para sí mismo y para los otros, y por medio de lo cual se reconoce, reconoce al otro y establece relación con el otro.

Cornelius Castoriadis se refiere a esta noción cuando indica la necesidad de que la sociedad responda a preguntas que son fundamentales para su plena existencia: “¿Quiénes somos?”, “¿Qué queremos?”, “¿Qué deseamos?”. La respuesta a estas preguntas señala la forma en que los individuos y los grupos sociales se constituyen y las imágenes que tienen del mundo, de los objetos y de los seres que lo componen, así como la imagen que se crean de sí mismos, de sus necesidades, de sus finalidades y de sus valores (CASTORIADIS, 1995). En la respuesta a estas indagaciones se teje la idea de identidad que se establece.

En estos tratamientos se señala un elemento relevante para la comprensión de la identidad: “el otro”. Pues la construcción de la identidad también se produce en referencia a los otros, a como los otros aceptan, admiten y creen la autoimagen definida, así como en referencia a la imagen que otros construyen sobre el individuo. Este proceso puede provocar cambios y transformaciones en el transcurso de los cuales surge el fenómeno de la negación: la definición y la redefinición de la autoimagen, en base a aquello que “no se es” o a aquello que “no se hace” –con la mirada hacia el otro.

Nicole Loraux (1990) contribuye a esta reflexión al ofrecer un ejemplo tomado en la Grecia antigua. Se trata del discurso en el proceso de construcción de identidad de los atenienses. En la lógica autóctona ateniense, los “otros”, griegos o extranjeros”, sirven de contraste para la exaltación de lo “mismo”: el yo ateniense necesita a los otros para afirmarse a sí mismo, en base a la oposición a lo que definen como lo contrario de su

identidad: evocados, los otros son, rápidamente, “exiliados de las fronteras de la grieguidad”. El discurso autóctono encontrado en la producción de los pensadores griegos atenienses convierte a la población de Atenas en los únicos griegos auténticos, los verdaderos ciudadanos, basándose en el rechazo a los otros, en su afirmación de su no ser, o del otro como “no otro”. En la comprensión de Loraux reside una significativa elucidación: en un pensamiento, en un enunciado como “solo nosotros, entre todos los Griegos, no somos inmigrantes” reina el movimiento, principio de la alteridad, en el que hay que situarse cuando se pretende rechazar al otro.

En esta misma perspectiva se sitúan los estudios de Bronislaw Baczko sobre la imaginación social. Para Baczko, designar una identidad colectiva es

delimitar su “territorio” y sus relaciones con el medio ambiente y, especialmente, con los “otros”; y corresponde todavía formar las imágenes de los enemigos y de los amigos, rivales y aliados, etc. El imaginario social elaborado y consolidado por una colectividad es una de las respuestas que esta da a sus conflictos, divisiones y violencias reales o potenciales. Todas las colectividades tienen modos de funcionamiento específicos para este tipo de representaciones (1985, p. 309).

En esta corriente de pensamiento podemos identificar la creación imaginaria del enemigo, de la negación del otro, un arquetipo derivado de la oposición arquetípica bien/mal. Para Jung el arquetipo de la sombra está relacionado con la falla personal (desliz, falta), que es atribuida a la personalidad consciente como un defecto; es una imagen que “personifica todo lo que el sujeto no reconoce en sí y siempre le molesta, directa o indirectamente, como por ejemplo los rasgos inferiores de carácter y otras tendencias incompatibles” (JUNG, 2002, p. 277). El pensador indica que el ser humano crea también la figura de la sombra colectiva, una suma de todos los rasgos de carácter inferior; de ahí podemos pensar en la creación de los enemigos. Un ejemplo destacado, en el campo de la religión, es la figura del diablo, sobre la que Jung ofrece una explicación sociopsicoanalítica:

la sombra, que en este caso sobrepasaría mucho la sombra personal, pudiendo ser comparada por eso con un principio como el del mal. Se trata de la sombra colosal proyectada por el hombre, que nuestro tiempo tuvo que experimentar de un modo chocante. [...] El mal es el opuesto necesario del bien; sin él no existiría el bien. Ni siquiera podemos prescindir del primero (JUNG, 2002, p. 317).

De esa manera las narrativas mitológicas, las leyendas, los cuentos de hadas, las novelas se revisten de expresiones imaginarias en las que la imagen del enemigo y la del diablo o de lo diabólico son extensamente desarrolladas. Y surgen así las figuras de los malos, como las brujas, las madrastras (el lugar de la mujer se presta a una amplia reflexión), de los genios, los piratas, también asociados a gobernantes y otros liderazgos. Las narrativas históricas y noticiosas, construidas a partir de los imaginarios colectivos y de la memoria resultante de los procesos hegemónicos, estarán también permeadas por estas imágenes arquetípicas. La asimilación y la propagación de este imaginario que orienta la interpretación de la realidad, de la visión del mundo de los grupos sociales, se deben a la tradición oral y a los artefactos técnicos (manuales, mecánicos y electrónicos), lo que Maffesoli denomina “tecnologías del imaginario”:

El imaginario es alimentado por las tecnologías [...] pues el imaginario, en tanto que comunión, es siempre comunicación. Internet es una tecnología de la interactividad que alimenta los imaginarios y se alimenta de ellos. Existe un aspecto racional, utilitario, de Internet, pero representa solo una parte de este fenómeno. Lo más importante es la relación, la circulación de signos, las relaciones establecidas. De la misma forma, la televisión y la publicidad articulan lo emocional y la técnica. Hay lógica en eso, pues la lógica de la imagen es siempre técnica (MAFFESOLI, 2001, p. 80).

A partir de esto se puede afirmar que los medios de comunicación – como tecnologías del imaginario– y sus agentes participan en la dinámica social de construcción de imaginarios y son alimentadas y alimentan, en su proceso creador, los procesos instituyentes de las imágenes de sus públicos sobre sí mismos y sobre el otro

El creador, incluso en la publicidad, solo es creador en la medida en que consigue captar lo que circula en la sociedad. Necesita corresponder a una atmósfera. El creador da forma a lo que existe en los espíritus, a lo que está ahí, a lo que existe de manera informal o disforme. La publicidad y el cine tratan, por ejemplo, con arquetipos. Esto significa que el creador debe estar en sintonía con lo vivido. El arquetipo solo existe porque se enraíza en la existencia social. Así, una visión esquemática, manipuladora, no alcanza lo real, aunque tenga una parte de verdad. La genialidad implica la capacidad de estar en sintonía con el espíritu colectivo. Por eso, las tecnologías del imaginario beben en fuentes imaginarias para alimentar imaginarios (MAFFESOLI, 2001, p. 81).

Y aquí aparece el objeto de este estudio: la construcción del imaginario del enemigo por los medios en el aquí denominado *caso Marco Feliciano*. En los episodios que potenciaron la relación –medios, religión y política– en los meses de marzo y abril de 2013, dos grupos se situaron como protagonistas y contrapuestos: (1) Marco Feliciano y los fieles cristianos identificados con él, como representante en el Congreso Nacional, mayoritariamente evangélicos, pero también católicos romanos, y (2) los activistas y simpatizantes de los movimientos negros, LGBT y feministas, que se sintieron afectados por las manifestaciones del diputado, calificadas como racistas y homofóbicas, y que lo descalificarían como presidente de una comisión de derechos humanos, además de los fieles cristianos no identificados con Marco Feliciano.

Como ya fue indicado en la introducción de este estudio, este proceso de construcción imaginaria está inserto en contextos (y está configurado por factores) que se sitúan más allá de la CDHM o de la religión, y entre ellos que está el lugar de los medios de comunicación, que pasamos a explorar de forma descriptiva a continuación.

Un elemento estimulante: el conservadurismo de Marco Feliciano y de sus “soldados”

Uno de los elementos estimulantes para la imaginación social entorno al pastor y diputado Marco Feliciano como enemigo, fueron las declaraciones que él mismo hizo en predicaciones en iglesias y en las redes

sociales, calificadas públicamente como racistas, homofóbicas e intolerantes desde el punto de vista religioso. La primera declaración fue publicada en Twitter, el 31 de marzo de 2011, cuando el pastor ya ostentaba el cargo de diputado, y generó una cantidad importante de reacciones y denuncias en las redes sociales, pero también apoyos de parte de los fieles evangélicos, con una significativa cobertura por parte de los medios informativos.



Imagen 1. Publicación del Pastor Marco Feliciano en Twitter.²

La segunda declaración fue también publicada en Twitter, cuando el diputado Marco Feliciano decidió responder a un grupo de homosexuales que cuestionaba sus afirmaciones en la misma fecha y generó también nuevamente una gran cantidad de reacciones en las redes sociales y cobertura por parte de los medios.

² 1) Los africanos descienden de un ancestral maldito por Noé. Es un hecho. El motivo de la maldición es la polémica. No sean irresponsables, twitters. 2) En cuanto al Diputado Bossonaro, no sé qué es lo que dijo. Yo hablo por mí mismo y respondo por mí y solo por mí. 3) Todas las naciones paganas parecen atraer las desgracias. La Biblia dice: Bendita es toda nación cuyo Dios es su Señor. La cura está en Cristo. 4) ¡La maldición que Noé manda sobre su nieto, Caná, salpica el continente africano, de ahí el hambre, las pestes, las enfermedades, las guerras étnicas!



Imagen 2. Publicación del Pastor Marco Feliciano en Twitter³.

Estas dos declaraciones le supusieron al diputado Marco Feliciano un proceso en el Supremo Tribunal Federal por discriminación, del que fue absuelto meses después.

Cuando fue propuesto para la presidencia de la CDHM, algunos grupos de la oposición empezaron a divulgar otros materiales, anteriores a su periodo como diputado, que contenían afirmaciones polémicas reveladoras de la formación de su pensamiento. Dos de ellas fueron ampliamente divulgadas y debatidas en las redes sociales: una publicada en YouTube, en la que Feliciano, en un sermón pronunciado en un culto en 2005 en la ciudad de Camboriú (SC), usaba como ejemplo de la acción poderosa de Dios el accidente del avión en el que murieron todos los integrantes de la banda Mamonas Assassinas, en 1996.

El avión estaba en el cielo, región del ministro del juicio de Dios. Allí, en la Serra da Cantareira, en vez de girar hacia un lado, la palanca fue para el otro. Un ángel puso el dedo en la palanca y Dios fulminó a aquellos que intentaron poner palabras sucias en la boca de nuestros niños. (YouTube. Marcos Feliciano: “Deus matou os Mamonas Assassinas”).

La otra afirmación la hizo durante el mismo sermón. El pastor Marco Feliciano cita otro ejemplo, afirmando que el *beatle* John Lennon fue asesinado por tres tiros a quemarropa porque había declarado que su banda era más famosa que Jesucristo. En el sermón, entre aplausos de la multitud allí congregada, condenó al músico diciendo:

³ La podredumbre de los sentimientos de los homoafectivos lleva al odio, al delito, al rechazo.

Me hubiera gustado estar allí cuando descubrieron su cuerpo. Le habría quitado la cubierta de encima y le habría dicho: “Perdóname, John, pero este primer tiro es en el nombre del padre. Este en el nombre del hijo, y este en el del espíritu santo. Nadie enfrenta a Dios y sobrevive para burlarse” (YouTube. Marcos Feliciano: “Deus matou John Lennon”).

En otro vídeo polémico que pasó a circular en Internet en abril de 2013, el diputado y pastor Feliciano afirma que los cantantes Caetano Veloso y Lady Gaga tienen éxito gracias a un pacto con el diablo, que, en el discurso, está asociado al candomblé.

Hace algunos años un ciudadano sentado en un taburete, dando un concierto con su guitarra, cantó una canción llamada “Sozinho” y vendió en una semana y media un millón de copias. En aquel momento le preguntaron a Caetano Veloso cuál era su secreto. Y él contestó: “mi secreto es la Mãe Menininha do Patuá (sic). Antes de cantar algo se lo llevo y, ella, poseída por los orixás, me dice ‘puedes grabarlo porque yo te bendigo’. No subestimes al diablo, porque tiene poder (YouTube. Marcos Feliciano: “Caetano Veloso, Mãe Menininha do Gantois e Lady Gaga”).

Aún con todas estas controversias en relación a su imagen, el diputado hizo una nueva afirmación que generó protestas después de haber tomado posesión como presidente de la CDHM, en un culto grabado en vídeo el 29 de marzo de 2013. Al comentar una protesta contra él que estaba teniendo lugar en el exterior de la iglesia, afirmó: “Esa manifestación se hace porque por primera vez en la historia de este Brasil un pastor lleno del Espíritu Santo ha conquistado un espacio que hasta ayer estaba dominado por Satanás” (YouTube. Marcos Feliciano-Passos-MG 2).

Históricamente la imagen de los “evangélicos” en Brasil se construyó fundamentalmente en base a la identidad de dos grupos cristianos no católicos: los protestantes de diferentes confesiones que llegaron por medio de misiones de EE.UU. a partir de la segunda mitad del siglo XIX y los pentecostales, que desembarcaron en las tierras de Brasil en la primera década del siglo XX, procedentes de aquel mismo país. Esta imagen siempre mostró a Brasil un segmento cristiano predominantemente

conservador desde el punto de vista teológico, marcado por un fundamentalismo bíblico, un dualismo que separaba la iglesia del “mundo”/ sociedad y el anticatolicismo (CUNHA, 2007).

De esta manera no está fuera de contexto que un pastor evangélico reproduzca en sus sermones, modernos y de fuerte tono emocional, un enfoque teológico tan antiguo como el que sustenta la teoría racista, por medio de la lectura fundamentalista de textos del Génesis que contienen el relato de la descendencia de Noé.

También es contextualmente coherente que Marco Feliciano lleve su reflexión teológica por medio de bases que justifican la existencia de un Dios guerrero y belicoso, que tiene a su alrededor ángeles vengadores, que destruye a John Lennon o a los Mamonas Assassinas, continuando lo que hacía ya con los pueblos africanos herederos del hijo de Noé y que, en esta línea, hará igual con los que asumen o predicán la homosexualidad. También se ajusta al perfil de las múltiples identidades de los evangélicos que su líder religioso reaccione contra quien se le oponga o tenga posiciones diferentes a la suya, clasificándolo como agente del diablo, y de esta forma calificó a la propia formación anterior de la Comisión de Derechos Humanos y celebridades como el cantante Caetano Veloso.

Para comprender los componentes discursivos de Feliciano y el apoyo que recibe de diversos sectores evangélicos es necesario atender a la formación identitaria de ese grupo, que, desde el siglo XIX, en su diversidad, estuvo siempre compuesto por corrientes ideológicas y teológicamente conservadoras y fundamentalistas (CUNHA, 2012). No hay ninguna novedad en esto. Muchos “marcos felicianos” han existido y existen entre los evangélicos.

Lo que diferencia el momento en torno al caso de Marco Feliciano es la mayor visibilidad del sector evangélico por la proyección que los medios, a través de decenas de reportajes en todo el país, han dado al diputado y a sus discursos, interactuando en el proceso de construcción de enemigos.

Simultáneamente a la amplia cobertura de los medios al caso, en la que se incluyeron programas de entrevistas y debates, las redes sociales digitales se hincharon con calurosas manifestaciones contrarias no ya so-

lo a sus discursos sino también a la propia presencia del diputado Marco Feliciano en la CDHM. En las redes sociales fue donde surgió la frase que rápidamente se popularizó: “Feliciano no me representa” y que aparecía en carteles divulgados en esos espacios y también en las calles, en las decenas de protestas públicas en diversas partes del país, organizadas desde Facebook o Twitter, muchas de ellas en tono humorístico y lúdico, propias de la cultura brasileña de protestar.



Imagem 3. Fotos-protesta contra el diputado Marco Feliciano. Fuente: Facebook.

Esta repercusión del caso, hecha posible por los medios informativos y las redes sociales digitales, se intensificó todavía más con los registros de apoyos recibidos por el diputado Marco Feliciano por parte figuras conocidas como controvertidas como el diputado Jair Bolsonaro (PP-RJ) y el pastor Silas Malafaia.

El diputado Bolsonaro tiene toda una trayectoria de declaraciones racistas y de conflictos con activistas sociales y militantes de movimientos gays. Suplente en el CDHM, en el auge de las polémicas del caso



Imagen 4. Protestas públicas contra el diputado Marco Feliciano.

Fuentes: <http://agenciabrasil.ebc.com.br>; <http://fotografia.folha.uol.com.br>

Marco Feliciano, el diputado afirmó a los periodistas que se sentía como “hermano” del presidente de la comisión. “Como capitán del Ejército, soy un soldado de Feliciano”, declaró en reportajes publicados por los medios, y añadió:

Antes la agenda era otra, de una minoría que no tenía nada que ver. Hoy representamos las verdaderas minorías. Creo en Feliciano, de corazón. Incluso me parece que es mi hermano de hace mucho tiempo. Ya no siento aquel olor extraño que tenía aquí dentro y aquel peso en las espaldas. Esto era una comisión dirigida contra los intereses humanos, contra los intereses de los niños y contra los intereses de la familia. Ahora esa comisión está en el buen camino. Enhorabuena, Feliciano. (“SOY un soldado de Feliciano”, afirma el diputado Jair Bolsonaro. *GI*, 27 mar. 2013)

En el ámbito de las iglesias el pastor Silas Malafaia, conocido por polémicas mediáticas desde la campaña electoral de 2010, cuando arremetió contra Dilma Roussef, a quien calificaba de promotora de la homosexualidad y el aborto, se alistó en las filas del diputado Feliciano y se convirtió en su defensor y colaborador desde el principio de la controversia de la presidencia de la CDHM.

Estas alianzas produjeron efectos en la calidad del discurso de Marco Feliciano. Los beneficios proporcionados por la aproximación con liderazgos con más experiencia se pusieron de evidencia en los cambios en el discurso del diputado, como de “Solo salgo de la presidencia de la CDHM muerto” a “Solo salgo de la presidencia de la CDHM si los dipu-

tados condenados por el juicio del *mensalão*, José Genoíno e João Paulo Cunha, ambos del PT, dejan la Comisión de Constitución y Justicia”. Así el diputado consiguió atraer la simpatía de sectores de la oposición al gobierno federal y al PT, que destacaron claramente la cobertura del juicio en el Superior Tribunal de Justicia, y que, aunque hubieran revelado no haber apoyado su nombre para la presidencia de la CDHM, pedían “la cabeza” de los condenados. Los manifestantes pro Marco Feliciano empezaron a aparecer públicamente a partir de este momento.

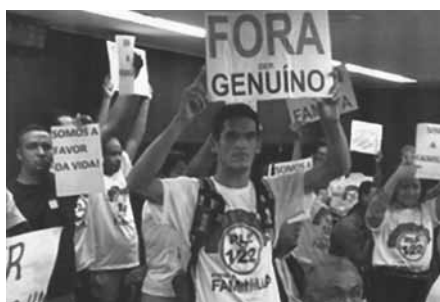


Imagem 5. Manifestantes pro Marco Feliciano salen a la calle. Fuente: Portal G1 (www.g1.globo.com)

Los enemigos, un componente del imaginario evangélico

Los ejércitos necesitan enemigos. La teología de un Dios guerrero y belicoso siempre estuvo presente en la formación fundamentalista de los evangélicos brasileños, formando su imaginario y creando la necesidad de la identificación de los enemigos que hay que combatir. Históricamente, la Iglesia Católica Romana siempre se identificó como tal y siempre fue combatida no solo en el campo simbólico, sino también en el físico-geográfico. De la misma forma las religiones afrobrasileñas también ocupan este lugar, especialmente en el imaginario de los grupos pentecostales (CUNHA, 2012).

Periódicamente estos enemigos restringidos al campo religioso pierden fuerza cuando se renuevan, como en el caso de la Iglesia Católica a partir de la última década de los sesenta, o cuando aparecen otros que traen amenazas mayores. Así se interpretó a los comunistas en el periodo de la

Guerra Fría en el mundo y en la dictadura militar. Hay también un imperativo imaginario de actualizar los combates cuando la insistencia en determinados grupos lleva a un desgaste de la guerra. Durante el proceso de redemocratización brasileña de los años ochenta, el espacio que venía siendo conquistado por el Partido de los Trabajadores (PT), entendido como nítido representante del peligro comunista, fue reconocido como amenaza, y las campañas evangélicas contra este partido dieron un eco religioso a lo que se decía desde las trincheras de la política (BORGES, 2007).

Con el debilitamiento del ideal comunista en los años noventa y con la llegada del PT al poder nacional con el apoyo de los propios evangélicos, la fuerza de las construcciones imaginarias estadounidenses, intensamente presentes en los medios informativos, abrió paso a la atención a la amenaza islámica, y hubo algún espacio entre los evangélicos de Brasil para discursos de combate al islam. Sin embargo, como esta amenaza es muy lejana de la realidad brasileña –no se configura un enemigo tan peligroso en estas tierras–, emerge, una vez más, el imperativo de actualizar los combates. Ya no el catolicismo, ni el comunismo, ni tanto el islamismo... ¿Quién se configuraría como el nuevo enemigo? Ahora un enemigo contra la religión y sus principios, contra la Biblia, contra Dios, contra Brasil y las familias: el homosexualismo.

Declaraciones de Marco Feliciano a los medios informativos que expresan bien este espíritu belicoso:

“¡Es un tema tan podrido! Siempre que se habla de sexo entre personas del mismo sexo nadie quiere poner la mano, porque es sucio. A causa de esto, un grupo del 2% de la población –los gays– logra levantarse y oprimir a una nación con un 90% de cristianos, entre católicos y evangélicos, y hasta de personas que no tienen religión, pero que defienden el bienestar de la familia, el curso natural de las cosas” (Rede Brasil Atual, 1/3/2013).

“Existe una dictadura llamada [...] ‘gayzista’. Quieren imponerme su estilo de vida y su forma de ser. Luchan contra mi libertad de pensamiento y de expresión. Luchan por su libertad sexual. Pero antes que su libertad sexual, que es secundaria, tiene que ser permitida mi libertad intelectual. Mi libertad de expresión. Yo puedo pensar. Si me quitan mi poder de pensar, no vivo. Vegeto y muero”. (Transcripción de la entrevista de Marco Feliciano a la Folha de São Paulo y a UOL, *Folha de São Paulo On-Line*, 2 abr. 2013).

Consecuencia de la elección de enemigos y del combate contra ellos es el discurso de que hay una persecución por parte de quien se hace contrario, incentivada por el mayor enemigo de Dios, Satanás. Esta idea está claramente presente en afirmaciones de Feliciano en los medios, como: “Muero, pero no abandono mi fe”; “La situación está tomando dimensiones muy extrañas. Da miedo, estoy sintiéndome perseguido como aquella cubana. ¿Cómo se llama? Yoani Sánchez.”; “Si hay que gritar, tenemos un pueblo que sabe lo que es el grito. Nosotros (los evangélicos) sabemos cuál es el poder de nuestra fe”.

La insistencia de los medios informativos en resaltar la guerra entre Feliciano y los homosexuales, con el lado “enemigo” representado por un diputado, de la misma condición que el primero, Jean Wyllys (PSOL/RJ), activista del movimiento LGBT, no hizo más que reforzar la reconstrucción del imaginario evangélico de la guerra a los enemigos y la consiguiente persecución. Esto generó manifestaciones diversas de apoyo a Feliciano entre los evangélicos de los sectores más diferentes, y acciones como la de la *Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil (CGADB)*, realizada en Brasília en abril de 2013, que aprobó una moción de apoyo a Feliciano, aprobada en votación simbólica por unanimidad. Feliciano agradeció el apoyo diciendo que “nunca ha habido una comisión con tanta oración. Los pastores están orando por mi vida y por la comisión. Venceremos esta batalla. (CGADB aprueba moción de apoyo a Marco Feliciano. *CPAD News*, 10 abr. 2013).

Existe además una explosión de publicaciones de apoyo en los medios digitales, especialmente en las redes sociales, incluso una “Campanha urgente: Marco Feliciano presidente de Brasil” dice el texto y los comentarios recurrentes diseminados: “Soy cristiano, estoy a favor de la democracia, de la vida y de la familia brasileña. Marco Feliciano me representa”.

Las declaraciones de Silas Malafaia a la *Folha de São Paulo* sobre la repercusión del caso entre los evangélicos y simpatizantes refleja bien este espíritu: “Quiero agradecer al movimiento *gay*. Cuanto más tiempo pierdan con Feliciano, más grande será la bancada evangélica en 2014” (FELICIANO recibirá el doble de votos en 2014, prevé Silas Malafaia. *Folha de São Paulo On-Line*, 7 abr. 2013).

La guerra de la visibilidad

Parte de las estrategias en el cuadro de las disputas político-ideológicas basadas en el enfrentamiento entre enemigos establecidos simbólicamente es crear una “guerra” por la visibilidad, que normalmente implica números y apariciones en los medios. Esta guerra se hizo explícita ya en la competencia entre liderazgos de la “Marcha para Jesús”, que tuvo lugar en Río de Janeiro, y de la Parada del Orgullo Gay, celebrada en São Paulo. El pastor Silas Malafaia apareció en los medios informativos para hablar con ironía de los altos números de la Parada Gay divulgados en reportajes (alrededor del millón de personas), señalando que el Instituto Datafolha registró números mucho menores, unos 200.000. El líder de la manifestación de Brasilia provocó al final del discurso en el evento: “Quiero ver al movimiento gay poner aquí 30.000 personas en medio de la semana, o en Twitter:



Imagen 6. Competición por números⁴.

⁴ 1) Los hijos de las tinieblas se mueren de envidia del pueblo de Dios. ¿Qué grupo social pone en la calle a una multitud como esta en pleno día de semana? 2) Si la manifestación fuese de gays, el número sería de un millón de personas. No necesitamos mentiras, nos contentamos con la verdad. 3) La última manifestación gay en Brasilia durante la semana fue contra la homofobia. TOTAL DE PARTICIPANTES: ¡3.000 PERSONAS! ¿Qué quieren decir? Jejejeje

Otra estrategia de la retórica que alimenta la construcción del imaginario del enemigo es reforzar la idea de la persecución con argumentos como “quieren callarnos” o ‘no nos dan el mismo valor que a ellos [los enemigos]’ o “vean cuántos aliados contra nosotros”. Y esta práctica fue ampliamente identificada en discursos que apoyaban la Manifestación de Brasilia por medio de *blogs* y de las redes sociales, alegando la pequeña o casi inexistente cobertura de los medios informativos al evento de los evangélicos, a diferencia de la amplia cobertura de la Parada Gay:



Imagen 7. Retórica de la persecución⁵.

Un nuevo tratamiento se le dio a esta disputa durante la visita del Papa Francisco a Brasil en julio de 2013. El diputado federal, pastor Marco Feliciano, y el pastor Silas Malafaia publicaron en las redes sociales digitales críticas a la cobertura predominante de las pantallas de televisión, denunciando la desventaja de los evangélicos en el tratamiento, con un discurso que ponía a los evangélicos, una vez más como competidores con ventaja por la hegemonía en el campo religioso.

⁵ 1) Cuando los medios militan, la democracia se acaba. ¡Lo que este reportaje hizo con el pastor Malafaia es un delito! 2) Lee y comenta el reportaje de Reinaldo Azevedo. Los evangélicos toman la plaza, pero son ignorados por el telediarario. 3) *Estado* publica que yo dije que la unión homoafectiva es delito. ¡MENTIRA! Léelo y coméntalo.



Imagen 8. Retórica de la persecución⁶.

Son cuadros ilustrativos que hacen explícito el clima de disputa y el imaginario de enemistad y persecución que compone el campo religioso y mediático

Observaciones conclusivas: un paradigma en la relación medios-religión

El caso Marco Feliciano puede ser considerado un paradigma por el hecho de ser la primera vez en la historia en la que los evangélicos en Brasil

6 1) La PM sufrió amnesia. No saben hacer cuentas. La amnesia va a pasar en el próximo evento evangélico. La prensa también va a curarse y va a preguntar a la PM. 2) Interesante: en un evento evangélico la prensa pregunta a la PM el número de participantes. En el evento del papa, a los organizadores. 'Tengo que jejejeje... 3) Lee en la Folha de São Paulo lo que ya sabía. Datafolha desmiente a los organizadores de la JMJ. Un máximo de un millón doscientas mil personas en Copacabana. 4) El único país del mundo en el que los tres últimos papas han estado es Brasil. ¿Somos nosotros los que estamos preocupados? Deje que me ría un poco más, jejeje. 5) Mire nuestra preocupación: según el IBGE, no nosotros, los evangélicos en 2020 serán mayoría en Brasil. ¡Qué preocupados estamos! Calla... 6) Para los evangélicos solo Nuestro Señor Jesucristo es santidad, nada más. 7) Otro chiste: ¿los evangélicos reprimidos a causa del papa? ¿Quién está preocupado con quién? El Vaticano con el crecimiento de la iglesia evangélica.

se sitúan como un bloque orgánicamente articulado, con un proyecto temático definido: la defensa de la familia. El caso se extendió por el año 2013 no solo en las manifestaciones políticas populares en las calles, que marcaron el mes de junio de 2013 en Brasil, denominadas Marcha para Jesus (en mayo y junio) y en la Marcha por la Familia y la Libertad de Expresión, en Brasilia, en junio, frente al Congreso Nacional, liderada por el pastor Silas Malafaia. Las votaciones de Proyectos de Ley en el Congreso referentes a derechos sexuales han reavivado las disputas (DESPUÉS de las protestas, la cura gay va temporalmente al archivo, *Senado na mídia* 3 jul. 2013).

Es una historia todavía en curso, sin indicaciones conclusivas, cuyos desdoblamientos deben ser seguidos y estudiados. Como hemos podido describir en el estudio exploratorio aquí presentado, los medios como tecnologías del imaginario tuvieron una intensa relación con el caso, potenciando polarizaciones y reconstrucciones imaginarias. El diputado Feliciano fue entrevistado por todos los grandes vehículos de prensa y ya participó de los más variados programas de entretenimiento –de *talk-shows* a *games*. Queda nítido que los vehículos no desprecian la dimensión de las controversias relacionadas con el caso, sumadas a la atractiva cuestión de la homosexualidad, que afecta a los imaginarios, emociones y pasiones humanas y expone la vida íntima de los famosos, como la revelación de la opción sexual de la cantante Daniela Mercury, que salió a colación en el transcurso de esta historia, bebiendo en fuentes imaginarias para alimentar imaginarios, como indica Maffesoli. El sociólogo destaca, además, que los medios, como tecnologías del imaginario, dan forma a lo que existe en los espíritus. Es este el fenómeno identificable en el caso Marco Feliciano.

Todo esto representa transformaciones en la relación entre medios de comunicación y religión, con consecuencias políticas. Estas transformaciones merecen ser monitoreadas y aclaradas, teniendo en cuenta la complejidad de las relaciones sociales, especialmente en lo que respecta a la religión, y deben ser potenciadas en periodos electorales.

Referencias

- BACZKO, B. A imaginação social. En: LEACH, E. et al. *Anthropos-Homem*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.
- BORGES, T. D. P. *Representação partidária e a presença dos evangélicos na política brasileira*. 2007. Tesis (Doctorado) – Universidade de São Paulo.
- CASTORIADIS, C. *A instituição imaginária da sociedade*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- _____. *As encruzilhadas do labirinto*. v. II: Os domínios do homem. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- CUNHA, M. N. C. Marcha pela família e a liberdade: “Quem já viu este filme?” *Instituto Humanitas Unisinos*, 5 jun. 2013. Disponible en: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/520675-marcha-pela-familia-e-a-liberdade-quem-ja-viu-este-filme>>. Acceso el 7 mayo 2013.
- _____. Religião na esfera pública: a tríade mídia, mercado e política e a reconstrução da imagem dos evangélicos brasileiros na contemporaneidade. En: REBLIN, I. A.; VON SINNER, R. (Orgs.). *Religião e Sociedade: Desafios contemporâneos*. São Leopoldo: EST/Sinodal, 2012.
- _____. Da imagem à imaginação e ao imaginário: elementos-chave para os estudos em comunicação e cultura. En: BARROS, L. M. *Discursos midiáticos: representações e apropriações culturais*. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2011.
- _____. *A explosão gospel*. Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico brasileiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- JUNG, C. G. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- LORAUX, N. Gloire du Même, prestige de l’Autre. Variations grecques sur l’origine. *Le Genre Humain*. Editora du Seuil, Paris, n. 21, p. 115-141, Printemps 1990.
- MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. *FAMECOS*, Porto Alegre, n. 15, p. 74-82, ago. 2001. Disponible en: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/285/217>>. Acceso: 12 abr. 2013.
- RIBEIRO, R. J. Os direitos humanos em mãos impróprias. *Observatório da Imprensa*, n. 740, 2 abr. 2013. Disponible en: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed740_os_direitos_humanos_em_maos_improprias>. Acceso: 7 mayo 2013.

Fuentes

- APÓS protestos, cura *gay* vai temporariamente para o arquivo, Senado na mídia, 3 jul. 2013. Disponible en: <<http://www.senado.gov.br/noticias/senadonamidia/noticia.asp?n=852077&t=1>>. Acceso: 20 jul. 2013.
- CGADB aprova moção de apoio a Marco Feliciano. *CPAD News*, 10 abr. 2013. Disponible en: <<http://www.cpadnews.com.br/integra.php?s=12&i=15350>>. Acceso: 7 mayo 2013.
- EM vídeo, Feliciano diz que Deus ‘matou’ John Lennon. *O Estado de São Paulo*, 8 abr. 2013. Disponible en: <<http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,em-video-feliciano-diz-que-deus-matou-john-lennon,1018383,0.htm>>. Acceso: 7 mayo 2013.

- FELICIANO receberá o dobro de votos em 2014, prevê Silas Malafaia. *Folha de São Paulo On-Line*, 7 abr. 2013. Disponível en: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/1258589-feliciano-recebera-o-dobro-de-votos-em-2014-preve-silas-malafaia.shtml>>. Acesso: 7 mayo 2013.
- “SOU um soldado do Feliciano”, afirma deputado Jair Bolsonaro. *G1*, 27 mar. 2013. Disponível en: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/03/sou-um-soldado-do-feliciano-afirma-deputado-jair-bolsonaro.html>>. Acesso: 12 abr. 2013.
- TRANSCRIPCIÓN de la entrevista de Marco Feliciano a la Folha y a la página web UOL, *Folha de São Paulo On-Line*, 2 abr. 2013. Disponível en: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/poderepolitica/1255829-leia-a-transcricao-da-entrevista-de-marco-feliciano-a-folha-e-ao-uol—parte-2.shtml>>. Acesso: 7 mayo 2013.
- YOUTUBE. Marcos Feliciano: “Deus matou Os Mamonas Assassinas”. Disponível en: <http://www.YouTube.com/watch?feature=player_embedded&v=qKR8Jkm5gnc>. Acesso: 7 mayo 2013.
- YOUTUBE. Marcos Feliciano: “Deus matou John Lennon”. Disponível en: <http://www.YouTube.com/watch?feature=player_embedded&v=VMpYWvGvMZg>. Acesso: 7 mayo 2013.
- YOUTUBE. Marcos Feliciano: “Caetano Veloso, Mãe Menininha do Gantois e Lady Gaga”. Disponível en: <http://www.YouTube.com/watch?feature=player_embedded&v=Zla1R6gDCtE>. Acesso: 7 mayo 2013.
- YOUTUBE. Marcos Feliciano-Passos-MG 2. Disponível en: <http://www.YouTube.com/watch?feature=player_embedded&v=P8MbyE7Mjk>. Acesso: 7 mayo 2013.