

# Voces religiosas en la radio: del proselitismo doctrinal a la interlocución ciudadana

Rolando Perez-Vela

Pontificia Universidad Católica del Perú

<https://doi.org/10.26439/puentes.comunicacion2026.8881>

RESUMEN. Esta ponencia analiza la transformación de la presencia religiosa en la radio peruana desde un modelo centrado en el proselitismo doctrinal hacia formas más amplias de interlocución pública y disputa ciudadana. A partir del antecedente de la investigación *Presencia religiosa en las radios limeñas* y de los estudios sobre mediatización de la religión, el texto identifica distintas etapas de apropiación religiosa del medio radial: la lógica difusionista y conversionista, la búsqueda de legitimidad en la esfera pública y la emergencia de proyectos radiales vinculados a agendas sociales, políticas y morales. La ponencia muestra cómo las radios religiosas, tanto conservadoras como progresistas, han dejado de operar únicamente como plataformas de evangelización para convertirse también en actores que intervienen en debates sobre derechos, ciudadanía, moral pública, territorio y poder. Finalmente, plantea la necesidad de estudiar las nuevas estrategias comunicacionales de estos proyectos en el contexto de la digitalización y la sociedad mediatizada.

Hace veintisiete años, en 1997, el Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima publicó un precursor libro, producto de una exhaustiva investigación, titulado *Presencia religiosa en las radios limeñas* (Gogin, 1997), en el que participé como coinvestigador. El estudio fue coordinado por la profesora Gina Gogin Sias. El mapeo de los programas radiales religiosos nos llevó a señalar que hablar de la radio en el Perú es hablar de un espacio que refleja mejor las contradicciones y conflictos de nuestra sociedad y desde el cual es posible conocer la pluralidad de rostros del mundo que habitamos.

Precisamente, debido al acelerado proceso de pluralización del campo religioso contemporáneo, hoy no es posible tener una comprensión completa sobre la incidencia de minorías sociales y actores emergentes en el espacio público si no colocamos, en ese espectro, a los actores religiosos y sus narrativas. Lo que apreciamos en los últimos años es que la aparición pública de actores religiosos

contemporáneos tiene una alta dimensión mediática no solo al usar los medios para la difusión de las doctrinas y creencias de fe, sino también en lo que respecta a la apropiación mediática para la construcción de legitimidades y representaciones públicas. En ese sentido, notamos una presencia cada vez más frecuente de agencia religiosa en los espacios mediáticos con una gran repercusión en el debate político inclusive (Pérez, 2017). Un aspecto importante de la mediatización de la religión hoy en día tiene que ver con el hecho de que muchos de los grupos religiosos que se apropian de lo público conciben los medios no solo como instrumentos de difusión de sus doctrinas, sino también como espacios estratégicos para legitimar sus prácticas y discursos, así como para empoderarse en el espacio público (Perez-Vela, 2023).

Desde la perspectiva de la mediatización contemporánea, observamos que el campo religioso actual da cuenta no solo del tradicional uso difusionista de los medios de comunicación para gestionar las creencias, sino también de la apropiación simbólica de los espacios públicos mediatizados para ganar poder y construir interacciones diversas, así como para visibilizarse e incidir en el espacio público (Hjarvard, 2008; Hoover, 2006; Perez-Vela 2023; Sbardelotto, 2023).

Lo que observamos es un proceso de convergencia e interacción entre el mundo de los medios de comunicación y el de lo religioso. De este modo, tanto la religión como los medios se han constituido en campos desde los cuales los individuos interactúan con símbolos y prácticas culturales que sostienen sus sentidos de espiritualidad en la vida cotidiana. Desde esta perspectiva, autores clásicos de la mediatización religiosa (De Feijter, 2007; Hoover, 2009; Martin-Barbero, 1995; White, 1997) advertían que tanto los medios como la religión convergen cada vez más, constituyéndose en campos de construcción social de la realidad, los cuales permiten que lo sagrado y lo secular interactúen con mayor fluidez. En este marco, quisiera señalar las tendencias que yo ubico respecto al variado y diverso rostro radial del campo religioso en el país. Estas tendencias responden a momentos claves de la apropiación religiosa radial en nuestro contexto.

## LA APROPIACIÓN DE LA RADIO DESDE LA LÓGICA DEL PROSELITISMO RELIGIOSO

Desde la aparición inicial de los televangelistas en los setentas y ochentas, las radios religiosas ligadas al catolicismo y al protestantismo evangélico —como sucedió con Radio del Pacífico, fundada en 1965, y Radio María, que aparece en el Perú en 1987— construyeron un discurso marcadamente difusionista. Los programas radiales religiosos enfatizaban la difusión no dialogada del proyecto doctrinal que abrazaban, el mismo que se construyó de la mano con una estrategia teológica conversionista y una propuesta misiológica proselitista. Varias emisoras radiales ligadas a las iglesias, como fue el caso de la emisora evangélica Radio del Pacífico, se convirtieron en una suerte de iglesia radial paralela a la presencial, debido a que alcanzaron un alto nivel de audiencia endógena. Esto generó que muchos creyentes asumieran los programas de radio como las fuentes principales para afirmar su conocimiento doctrinal y para sostener su fidelidad a la fe cristiana.

Las iniciativas misioneras de esta época trajeron consigo no solo el soporte económico y tecnológico para la construcción de proyectos mediáticos de evangelización —inicialmente ligados a la

gestión y a la producción radiofónicas—, sino también un determinado paradigma comunicacional basado fundamentalmente en la lógica de la transmisión mediática del discurso de la fe evangélica. Desde esta perspectiva, la radio se convirtió en uno de los medios privilegiados para poner en práctica los proyectos conversionistas y proselitistas que la acción misionera de esta época trajo consigo.

Como sostiene Dennis Smith (2012), el optimismo de la tecnologización religiosa llegó a formar parte del ideario desde el cual se construyeron las empresas misioneras que surgieron en el siglo XIX: “Los estadounidenses llegaron a considerar que su rápida mecanización e industrialización formaba parte integral de su misión sagrada de salvar a la humanidad” (p. 3). En esta línea, Quentin Schultze (1987, p. 248) planteaba que, desde la óptica de los evangélicos norteamericanos, la radio y la televisión eran percibidas con un claro optimismo bajo la premisa de que, si existían almas inconversas condenadas al infierno, urgía aprovechar todas las tecnologías de comunicación y de transporte lo antes posible con fines evangelísticos.

En 1979, en el Segundo Congreso Latinoamericano de Evangelización, impulsado por un sector conservador del protestantismo evangélico, el predicador argentino Luis Palau hacía referencia al uso estratégico de los medios masivos para los fines evangelísticos:

Tenemos que hacer que el evangelio sea noticia. Los medios masivos ayudan a alcanzar el gran fin que glorifica a Dios y bendice a la nación. Con valor y sin cobardía, con humildad, pero con autoridad debemos meternos sin titubeos en medio del mercado del mundo. Hoy, los medios masivos son el mercado de ideas que tocan multitudes y lo hacen al instante. Por la gloria de Dios, las puertas de los medios nos están abiertas hoy. (Palau, 1979, p. 192)

En los ochentas, este modelo —legitimado principalmente por iniciativas ligadas al conservadurismo religioso norteamericano— influyó notablemente en América Latina. Probablemente, el más emblemático fue el proyecto evangelístico del predicador pentecostal Jimmy Swaggart. En aquella época, varios proyectos evangelísticos estadounidenses contribuyeron no solo a crear cadenas de radio y televisión, sino también a insertar en las emisoras locales las producciones evangelísticas producidas desde el Norte, es decir, desde la mirada y la cultura norteamericanas. Estos líderes religiosos constituyeron varias productoras mediáticas, como fue el caso de la Trinity Broadcasting Network. Durante su apogeo, otros predicadores de televisión como Jim Bakker (con su programa *The PTL Club*), Pat Robertson (con el programa *The Club 700*) y Jimmy Swaggart se convirtieron en televangelistas emblemáticos del evangelismo mediatizado de carácter transnacional (Hoover, 1988; Smith, 2001; Valle, 2005).

En la misma línea de estos predicadores, Luis Palau y Pablo Finkenbinder (conocido popularmente como el Hermano Pablo) crearon un estilo mediático de evangelización que tenía como énfasis principal la evangelización conversionista. Varios investigadores (Assman, 1987; Gogin, 1997; Pérez, 1997; Smith 2001) coinciden con la lectura de Stewart M. Hoover en el sentido de que estos proyectos televangelísticos proveyeron símbolos, códigos y discursos que revitalizaban los valores del fundamentalismo religioso evangélico (Hoover, 1988, p. 216).

Posteriormente, la innovación de los denominados telepredicadores pentecostales y neopentecostales constituyó un hito clave para el proyecto mediático de la evangelización en diversos países de América Latina. Dennis Smith (2005) lo explica de este modo:

Los telepredicadores enfatizaron aún más el contenido emotivo de la televisión religiosa. “¿Quiere esperanza? ¿Anhelan el perdón y la liberación? ¿Desea la sanidad, la riqueza, el poder? Demuestre su fe entregando su ofrenda a mí, el intermediario con el misterio, el canal de la trascendencia. A cambio, yo le otorgo su deseo ¡en el nombre de Dios! Como sello, como garantía, le otorgo este símbolo de lo sagrado: un frasco de agua bendita, unas gotas de aceite para ungir, y Dios le liberará de sus demonios y resolverá sus problemas”. (p. 7)

Carlos Valle (2005) sostiene que la denominada iglesia electrónica se convirtió en el brazo mediático del proyecto integrista evangélico que, desde los Estados Unidos, se expandió a otros contextos, como fue el caso de muchos países de América Latina. La iglesia electrónica

llevada a cabo en los Estados Unidos muestra estas características: a) es una actividad religiosa producida y recibida por las personas que comparten los mismos símbolos, valores y cultura moral; b) está entroncada con el fundamentalismo y el neoconservadurismo; c) tiene su propia estructura institucional y política; d) tiene influencia en todas las instituciones religiosas; y e) marca su impronta en la cultura. (Valle, 2005, p. 79)

En muchos países, las iniciativas mediáticas inspiradas y basadas en el modelo de la iglesia electrónica se constituyeron en una suerte de iglesia paralela a las comunidades evangélicas clásicas. Cristián Parker (2005) lo describe de este modo:

Las iglesias generadas por el televangelismo, con sus congregaciones virtuales, han venido a constituir una suerte de iglesia paralela a las comunidades clásicas. Se trata de un fenómeno que es producto de un movimiento paraeclesialístico construido sobre “megaeventos” y los movimientos misioneros transnacionales. Estamos así ante una forma de desterritorialización de las iglesias, en tanto ellas se abren a los códigos de la cultura de masas. (p. 44)

Efectivamente, en el caso de América Latina, la denominada iglesia electrónica llegó a crear una suerte de movimiento paraeclesialístico construido desde los códigos de la cultura de masas. Paralelamente al proyecto protestante mediático, en el campo católico se gestó, en 1995, la iniciativa de la Red Católica Global (Global Catholic Network, también conocida como Eternal Word Television Network, EWTN) que acompañó el surgimiento de proyectos televisivos y radiales del mundo católico conservador en América Latina. Estas emisoras se dedican aún a la transmisión de determinadas celebraciones y liturgias, la difusión del denominado Santo Rosario y la producción de información en la línea de una narrativa conservadora.

Es interesante ver hoy las versiones contemporáneas de estas iniciativas mediáticas evangélicas y católicas. Las más emblemáticas las constituyen la evangélica Bethel Radio y la católica Radio María. En ambos casos, el adoctrinamiento sigue siendo la marca comunicacional que los distingue. De otro lado, Bethel Radio, cuenta hoy con 122 estaciones de televisión a nivel nacional y 234 estaciones de radio, con lo cual supera en número a los dos principales conglomerados privados de radio.

Es importante notar que el contexto de la pluralización religiosa contemporánea hace que su discurso se construya a partir de una lógica defensiva ante la narrativa de grupos que son vistos como amenazas a las creencias religiosas supremacista e integrista que abrazan quienes dirigen estas emisoras.

## **LA APROPIACIÓN DE LA RADIO DESDE LA LÓGICA DE LA LUCHA RELIGIOSA POR EL PODER EN LA ESFERA PÚBLICA**

A fines de los ochenta, la radio con identidad religiosa confesional empieza a entrar en una etapa de declive en el momento en que las iglesias y organizaciones religiosas pasan de verse como difusores doctrinales a interlocutores en lo público. Las propias radios empiezan a adoptar un perfil más secular, los programas entran a una etapa de reducción del lenguaje intraeclesialístico e ingresan al abordaje de temáticas y problemas del mundo no religioso, de la sociedad no eclesialística. La propia producción musical religiosa comienza a incorporar otros géneros. En nuestro contexto, la industria de la denominada música góspel tiene una repercusión importante en esta transición.

Estos cambios están muy conectados con las transformaciones que experimenta el campo religioso, que contiene hoy a creyentes mucho más secularizados, más autónomos y menos circunscritos a las cuatro paredes de las iglesias, lo cual construye lo que los académicos llaman religiosidades a la carta (Champion, 1995), en las que el menú está hecho de muchas hibridaciones religioso-seculares. Esto se ha acentuado en los últimos años, en los que los fieles se han vuelto cada vez más autónomos en la relación con la autoridad de las instituciones religiosas. En ese sentido, es interesante notar el modo en que las radios tradicionalmente conservadoras han empezado a incluir en su agenda un perfil de programa periodístico que conecta a su audiencia con los actores políticos y sociales que se mueven en el mundo secular. El lenguaje que usan los conductores de estos programas tiene una carga menos religiosa.

Estos cambios confirman el hecho de que estos proyectos mediáticos de corte religioso están insertados en los procesos históricos de las iglesias y comunidades de fe de las que son parte. En muchos casos, constituyen el soporte de los proyectos religiosos, sociales y políticos en el que se embarcan los diversos grupos o sectores institucionales de las iglesias, cuyas acciones responden a determinadas lógicas teológicas. Por ejemplo, es interesante notar cómo, en épocas de procesos electorales, las emisoras radiales se convierten en las plataformas políticas principales para dar a conocer y legitimar los rostros y las narrativas religiosas que entran a la arena pública para participar en las disputas del poder.

Otro aspecto importante de este proceso de apropiación religiosa de lo público a través de la radio tiene que ver con el hecho de que los proyectos mediáticos en este campo también han ingresado en el campo de la digitalización. La radio digital religiosa podría estar redefiniendo, por un lado, la manera en que las audiencias intra y extraeclesialística consumen hoy los contenidos de la producción mediática de lo sagrado. Esto ha producido cambios en la diversificación de formatos para llegar a sus oyentes. Por otro lado, constituye un desafío para las iglesias y las organizaciones religiosas no solo para difundir sus creencias, sino también para reposicionarse como agentes de opinión en el espacio público.

## **LA LÓGICA MOVIMIENTISTA DE APROPIACIÓN DE LA RADIO: LA RADIO COMO CONSTRUCTORA DE AGENDA PÚBLICA CONTESTATARIA**

En los últimos diez años, las iglesias y los grupos religiosos han operado con una lógica movimientista de apropiación de la radio. Esto se ha manifestado en su rol cada vez más activo en asuntos de agenda

pública o de interés político, con una especial incidencia en temas en torno a la defensa de los derechos, en general, y de los derechos humanos, en particular. Cabe mencionar que proyectos radiales ligados al histórico catolicismo progresista trabajan desde hace muchos años en la promoción de la ciudadanía y la defensa de los derechos. Aquí ubicamos a los proyectos radiales —especialmente católicos— que se sumaron a una iniciativa comunicacional denominada Coordinadora Nacional de Radio (CNR): Radio Cutivalú (Piura), Radio Ayaviri (Cusco), Radio Onda Azul (Puno), Radio Maraión (Jaén) o Radio La Voz de la Selva (Iquitos), entre otras emisoras, jugaron un papel muy importante en momentos clave de la vida institucional de la CNR, constituyéndose en proyectos comunicacionales alternativos en la lucha a favor de los derechos de comunidades históricamente excluidas.

Si bien varias de estas radios no tienen hoy el nivel de sostenibilidad que tenían en años anteriores, siguen cumpliendo un papel importante en las luchas contemporáneas de muchas comunidades. Este es el caso de Radio Maraión, que se constituyó en una plataforma clave en el nororiente peruano al acompañar a comunidades insertas en conflictos socioambientales, visibilizar los impactos de actividades extractivistas y asumir la defensa del territorio desde un enfoque de comunicación comunitaria y participativa. En esa misma línea, Radio La Voz de la Selva y Radio Ucamara (Loreto) se han convertido en acompañantes clave de las comunidades que luchan por la defensa de los ríos frente a los derrames de petróleo y otras afectaciones que producen las actividades extractivistas.

Es importante mencionar que estas radios hacen parte activa del movimiento de religiosos y laicos ligados a un sector de la Iglesia católica que abraza un tipo de progresismo pastoral inspirado en lo que se conoce como la Teología de Liberación. Sin embargo, en esta misma línea, es importante mencionar que las emisoras radiales ligadas al conservadurismo religioso, especialmente el de carácter evangélico, también han adquirido un perfil movimientista. De modo que, así como las radios ligadas al progresismo religioso sostienen comunicacionalmente las luchas por la defensa de los derechos, las radios religiosas conservadoras también han desarrollado una estrategia comunicacional para constituirse en soporte de todo el movimiento conservador religioso antiderechos, que han ingresado, desde su propia agenda moral, a la disputa de las narrativas teocráticas respecto a la apropiación del poder.

Es muy interesante ver cómo estas experiencias religiosas de radio se han ido reconfigurando de la mano con el modo en que el factor religioso se ha resignificado en la esfera pública y el modo en que los actores religiosos se han repositionado en el escenario de las disputas por la apropiación cultural y política.

## A MODO DE CONCLUSIÓN

El estudio de Gogin (1997) reveló que, en aquella época, la mayoría de emisoras radiales religiosas concebían la radio como un medio para la difusión de doctrinas de fe y como una plataforma para el proselitismo religioso. Desde entonces, el campo religioso ha experimentado un acelerado proceso de pluralismo y de secularización, lo cual ha traído consigo transformaciones significativas en los procesos y dinámicas de la producción y la gestión de los medios —incluida la radio—, que forman parte de las instituciones, las organizaciones y las redes religiosas.

Las tendencias que identificamos y sustentamos aquí responden precisamente a las transformaciones del movimiento religioso en nuestro contexto, el cual está ligado principalmente al modo como las agencias religiosas han desplegado diversas estrategias comunicacionales para la apropiación del espacio público y la disputa de las narrativas simbólicas en el campo de los medios. En ese sentido, es importante mencionar que el modo como las radios religiosas han ido reposicionándose en el mercado y resignificando su lenguaje mediático responde no solo a determinadas comprensiones teológicas, sino también a la necesidad de construir interlocuciones con otros actores no religiosos y de responder a las nuevas demandas de su público.

El escenario actual no permite apreciar que las radios religiosas, sea que se ubiquen en la vereda conservadora o en la del progresismo, se asumen cada vez más como proselitistas y difusoras de doctrinas religiosas a actores activos e interlocutores en un escenario de debate en torno a los problemas sociales, especialmente aquellos que tienen que ver con los asuntos de la moral pública. En este marco, se puede notar el modo como determinadas radios religiosas han ingresado al activismo social de la mano con los otros activismos que provienen del movimiento social y el campo de la política. En ese sentido, encontramos proyectos radiales de carácter religioso que construyen su discurso sobre la base de la perspectiva de la afirmación de los derechos, la defensa del bien común y la construcción de la ciudadanía. En contraste, nos encontramos con proyectos radiales de corte religioso adscritos a movimientos vinculados al neoconservadurismo evangélico o católico, que se movilizan en reacción u oposición a las políticas públicas vinculadas a asuntos de derechos que colisionan con su agenda moral religiosa.

Sin embargo, es importante mencionar que, en este frondoso y diverso campo de la radio religiosa, encontramos proyectos de comunicaciones que provienen de iglesias y parroquias que no necesariamente se colocan en el escenario de las disputas políticas. Su énfasis sigue siendo religiosamente proselitista (evangelizadora y misionera) en el sentido de dar a conocer su mensaje de fe y de transformación espiritual. Lo interesante es observar el modo como se adecúan a los nuevos lenguajes mediáticos y a las modalidades de consumo de sus oyentes. Este proceso de transformación, que hace que estos agentes de fe empiecen a pensar la radio más allá de lógicas eclesíasticas y fieles templocéntricos, invita a pensar en nuevos proyectos de investigación que nos ayuden a comprender las nuevas estrategias comunicacionales de los gestores de proyectos radiales religiosos que han incursionado en el vasto campo de la sociedad mediatizada, lo cual hace que transición hacia la digitalización sea inevitable.

## REFERENCIAS

- Assman, H. (1987). *La iglesia electrónica y su impacto en América Latina*. Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas de América Latina y el Caribe.
- Champion, F. (1995). Persona religiosa fluctuante, eclecticismo y sincretismos. En J. Delumeau (Dir.), *El hecho religioso: enciclopedia de las grandes religiones* (pp. 709-739). Alianza Editorial.
- De Feijter, I. (2007). *The art of dialogue: Religion, communication and global media culture*. Lit Verlag.

- Gogin, G. (1997). *Presencia religiosa en las radios limeñas*. Universidad de Lima, Fondo de Desarrollo Editorial.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9-26. [https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9\\_1](https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1)
- Hoover, S. M. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. SAGE.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge.
- Hoover, S. M. (2009). Complexities: The case of religious cultures. En K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp. 123-138). Peter Lang.
- Martín-Barbero, J. (1995). Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. *Diálogos*, (41), 71-81.
- Palau, L. (1979). El desafío de la evangelización en la década del 80. En *América Latina y la evangelización en los años 80* [Segundo Congreso Latinoamericano de Evangelización, auspiciado por la Fraternidad Teológica Latinoamericana]. Centro Evangélico Latinoamericano de Estudios Pastorales.
- Parker, C. (2005). ¿América Latina ya no es católica? Pluralismo cultural y religioso creciente. *América Latina Hoy*, 41, 35-56. <https://doi.org/10.14201/alh.2431>
- Pérez, R. (1997). *La iglesia y su misión en la opinión pública en Iglesias, medios y estrategias de evangelización*. Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas de América Latina y el Caribe.
- Pérez, R. (2017). Del difusionismo proselitista a la interlocución pública: las transiciones comunicacionales del protestantismo latinoamericano. En H. F. Bullón & N. Panotto (Eds.), *¿Hacia dónde va el protestantismo en América Latina? Una visión multidisciplinaria y prospectiva a los 500 años de la Reforma* (pp. 471-490). Kairos.
- Perez-Vela, R. (2023). The mediatization of religious practices in urban daily life: The Peruvian case. *Religions*, 14(5), 649. <https://doi.org/10.3390/rel14050649>
- Sbardelotto, M. (2023). Facebook as a third space of digital catholicism: The “catholic” in circulation and reconstruction. En S. M. Hoover & N. Echchaibi (Eds.), *The third spaces of digital religion* (pp. 92-106). Routledge.
- Schultze, Q. J. (1987). The mythos of the electronic church. *Critical Studies in Mass Communications*, 4(3), 245-261. <https://doi.org/10.1080/15295038709360134>
- Smith, D. (2001, 6-8 de septiembre). *Religion and the Electronic Media in Latin America: A review* [Presentación de escrito]. XXIII International Congress of the Latin American Studies Association, Washington D. C., Estados Unidos.
- Smith, D. (2005). Televisión religiosa en Guatemala: la experiencia pentecostal. *Vida y Pensamiento*, 25(2), 43-58. <https://revistas.ubl.ac.cr/vyp/es/article/view/474/999>

- Smith, D. (2012, 22-23 de agosto). *Iglesias, ecumenismo y comunicación* [Presentación de escrito]. XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), Universidad Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, Brasil.
- Valle, C. A. (2005). Religión y medios. Orígenes e implicancias de la religión comercial. *Vida y Pensamiento*, 25(2), 71-86. <https://revistas.ubl.ac.cr/index.php/vyp/article/view/476>
- White, R. A. (1997). Religion and media in the construction of cultures. En S. M. Hoover & K. Lundby (Eds.), *Rethinking media, religion, and culture* (pp. 37-64). SAGE.

