

**RELIGIÓN Y POSTMODERNIDAD**  
**Las recientes alteraciones**  
**del campo religioso**



*Elio Masferrer Kan, Leonildo Silveira Campos, Marion Aubrée,  
Andrew Canessa, María Eugenia Talavera,  
José Rubens L. Jardilino, Ricardo Mariano*

**RELIGIÓN Y POSTMODERNIDAD**  
**Las recientes alteraciones**  
**del campo religioso**

*Primera Edición*

Ediciones  
Abya-Yala  
2002

## RELIGIÓN Y POSTMODERNIDAD

### Las recientes alteraciones del campo religioso

*Elio Masferrer Kan, Leonildo Silveira Campos, Marion Aubrée, Andrew Canessa, María Eugenia Talavera, José Rubens L. Jardilino, Ricardo Mariano*

1a. Edición      Ediciones ABYA-YALA  
12 de Octubre 14-30 y Wilson  
Casilla: 17-12-719  
Teléfono: 562-633 / 506-247  
Fax: (593-2) 506-255  
E-mail: admin-info@abyayala.org  
editorial@abyayala.org.  
Quito-Ecuador

Autoedición:    Abya-Yala Editing  
Quito - Ecuador

Impresión:      Producciones digitales Abya-Yala  
Quito - Ecuador

ISBN:            9978-04-228-6

Impreso en Quito-Ecuador, Abril 2002

---

#### Información tipográfica:

Fuentes utilizadas: *títulos*, óptima cursiva y óptima bold 14 puntos; *subtítulo 1*, óptima bold 10 puntos; *subtítulo 2*, minion 10 puntos cursiva; *cuero del texto*, minion regular 10 puntos con las correspondientes bolds y cursivas, interlineado 12; *citas y bibliografía*, minion 9 sobre 11 de interlínea.

# INDICE

<b>Tendencias y fuerzas sociales en la configuración del campo religioso latinoamericano</b> <i>Elio Masferrer Kan</i> .....	7
<b>Marketing y religión: Las estrategias de supervivencia de organizaciones religiosas en América Latina</b> <i>Leonildo Silveira Campos</i> .....	19
<b>Conflictos entre el discurso cristiano universalizante y el campo religioso fragmentador</b> <i>Marion Aubrée</i> .....	49
<b>Postmodernismo y evangelismo en Bolivia</b> <i>Andrew Canessa</i> .....	57
<b>La fiesta popular religiosa: Lo sagrado no estructurado y el patrimonio cultural en Venezuela</b> <i>María Eugenia Talavera</i> .....	77
<b>Religiao y Simulacro: Alterações do campo religioso latino-americano</b> <i>José Rubens L. Jardimino</i> .....	91
<b>Religiao e mercado: O debate acadêmico sobre as práticas monetárias da Igreja Universal do Reino de Deus - IURD</b> <i>Ricardo Mariano</i> .....	113



# TENDENCIAS Y FUERZAS SOCIALES en la configuración del campo religioso latinoamericano

*Elio Masferrer Kan*  
ENAH-INAH México

Nos parece importante iniciar una discusión sobre la configuración del campo religioso latinoamericano tomando en cuenta las tendencias que se han generado dentro del mismo en los últimos tiempos, empleando perspectivas analíticas diversas que nos faciliten una comprensión mas adecuada de la configuración del mismo.

La primer cuestión que me parece importante plantear es la referida a la configuración de los grandes aportes históricos a la configuración del campo religioso. Allí podríamos identificar a las religiones amerindias, los aportes judeocristianos y los africanos. Mas recientemente debemos precisar sobre las transformaciones del período republicano y siglo XX en América Latina.

## **Las religiones amerindias, de la supervivencia a la postmodernidad**

Herederas de las diferentes tradiciones religiosas que poblaban el continente americano, la suerte sufrida por las mismas ha sido diversa, en algunos casos fueron eliminadas, en otros sirvieron de base para la configuración de las lecturas étnicas del catolicismo colonial, pero lo mas notable de este siglo han sido los procesos de revitalización de las religiones indias, en el caso de las reservas de Norteamérica llama la atención el desarrollo de la Native American Church en sus distintas tendencias que logró desarrollar una propuesta religiosa compleja y pertinente para los indígenas en el agresivo contexto donde debía desarrollarse. En varios países latinoamericanos, por sus condiciones de aislamiento o de resistencia étnica los grupos indígenas lograron mantener sus propios sistemas religiosos, que posteriormente les sirvió de base para estructurar sus procesos de resistencia política y social e in-

cluso para ejercer ciertos tipos de liderazgos sobre otros grupos indígenas. Ejemplo de ellos pueden ser los Huicholes de México, los Kunas de Panamá o ciertos grupos amazónicos.

No podemos dejar de mencionar el desarrollo de corrientes nativistas dentro de los grupos indígenas que habían desarrollado procesos de recreación de sus sistemas religiosos que intentan regresar a sus orígenes. Este proceso, bastante habitual entre intelectuales indios, ha servido de base para la configuración del movimiento de la espiritualidad india, un movimiento genérico que intenta desarrollar una religión pan-india que permitiría aglutinarse en un frente común a los indígenas frente y junto a los no-indios, además que el concepto de espiritualidad india les permite a los indios articular, a la misma, aliados de otras tradiciones culturales y religiosas, que se comportan en este caso como conversos a las religiones indias. Por razones conceptuales no incluiremos aquí a las corrientes de la Nueva Era que intentan reivindicar las cuestiones indígenas pero en otro contexto teológico (Gaspariano, 1997, Bosca).

## **Del catolicismo de la Contrarreforma a la Nueva Cristiandad**

Los aportes cristianos son también sumamente diversos, aunque aparentemente el horizonte religioso colonial latinoamericano se podría asumir como una síntesis de los aportes ibéricos, esto nos obliga a replantear algunas cuestiones, en primer lugar el impacto de las distintas Órdenes Religiosas, mas adelante cabe señalar que cada grupo étnico realizó distintas lecturas del mensaje católico y que además en el caso de los llamados pueblos nuevos, las poblaciones de origen preponderantemente español desarrollaron formas regionales o nacionales de un catolicismo americano, bastante peculiar y que requiere un análisis específico para cada caso.

Si bien los procesos regionales y nacionales del catolicismo latinoamericano pueden ser considerados de los mas exitosos de la Iglesia católica, después de las conversiones de los países europeos, no podemos dejar de mencionar el papel de la Iglesia en los países de alto impacto migratorio en el siglo XIX como Argentina, Brasil, Uruguay y Costa Rica. En estos casos la Iglesia, fuertemente cuestionada por los sectores liberales y anticlericales, ha tenido muchas dificultades para implementar un discurso adecuado a las nuevas realidades socioculturales y en particular la población migrante de origen europeo. Por el



contrario, en la mayoría de los llamados pueblos nuevos y los pueblos testimonio (Ribeiro, 1977), la Iglesia Católica ha sido muy efectiva en la consolidación de los sistemas de identidad étnica, regional y nacional a través del sistema de santos y vírgenes patronas, peculiaridad esta, que le da a al catolicismo un papel singular en la consolidación de los sistemas culturales latinoamericanos.

Pero nuestras poblaciones discriminan con bastante precisión entre religiosidad e institucionalidad. El papel de los laicos en el catolicismo es muy importante pues sus actividades rituales, ceremoniales y festivas los constituyen en una suerte de poder o estructura paralela a la Iglesia en tanto institución clerical y la obliga a mediatizar un conjunto de aspectos en la perspectiva de mantener el liderazgo formal sobre los mismos. Confrontaciones ambiguas, respaldos mutuos y legitimidades asignadas son parte de una filigrana multidimensional y barroca que explica la fuerza del catolicismo en América Latina.

La Iglesia Católica, como institución y como integrante de sociedades complejas no podía quedar al margen de los procesos de diversificación y estratificación social en la región, es así como asistimos actualmente al desarrollo de la teología de la liberación con bastante éxito en sectores populares mestizos urbanos y rurales, de la teología india en el contexto de los catolicismos étnicos y de la teología de la prosperidad entre las clases altas urbanas. Además de las corrientes centristas que realizan una aplicación mas general y menos comprometida de las conclusiones del Concilio Vaticano II.

### **Los liberales en la transformación del campo religioso**

Un análisis del campo religioso latinoamericano no puede eludir el rol transformador del liberalismo y de la masonería en el siglo XIX, los liberales, enfrentados a la empresa de construir estados nacionales debieron enfrentar a la Corona española en términos políticos y a su brazo religioso, la Iglesia Católica española. La confrontación con la Iglesia Católica se hizo en tanto aparato político o religión del estado colonial español y no como expresión del sistema cultural de las nacientes repúblicas americanas, esta habilidad para separar religiosidad de institución política fue decisiva en el triunfo de los liberales y en la configuración de las Iglesias particulares en tanto iglesias nacionales, en la medida que las estrategias de negociación lograban la incorporación del clero o de un sector significativo del mismo al bloque de po-

der se llegaron a distintas formas de relación con la Iglesia, como Iglesia de estado, rompiendo su vínculo con la Colonia o como religión mayoritaria o protegida o preferencial de hecho, según los casos. Sólo se pueden identificar rupturas radicales en México y Uruguay y mas recientemente en la Cuba de Fidel Castro.

Para los liberales era una cuestión de estado la diversificación del campo religioso pudiendo así asumir un papel de árbitro que los colocaría por encima de las iglesias en términos abstractos, pero subordinando al menos simbólicamente a la principal fuente de construcción simbólica, la Iglesia Católica en el campo de lo concreto. Para ello era imprescindible disputar dineros, ritos de paso y la autolegitimidad del poder del propio estado nacional respectivo, en definitiva una reformulación nacional del Patronato Real.

### **La inserción del protestantismo**

En este contexto, los estados nacionales latinoamericanos aplicaron con suerte diversa el concepto de libertad de cultos y se abrieron al trabajo misionero de las iglesias surgidas de la Reforma, luteranos, presbiterianos y episcopales, así como de sus disidencias históricas bautistas, nazarenos, metodistas, anabaptistas, adventistas, etc.. El fenómeno mas notable de este trabajo misionero es su escasa penetración, sólo en los países del Cono Sur se asentaron con fuerza los protestantes, pero no como resultado de las esperadas conversiones sino por el fenómeno de migración o trasplante de los propios protestantes europeos. Los protestantes no lograron construir un discurso evangélico atractivo para las masas latinoamericanas y lograron un desarrollo incipiente en las clases medias, nunca alcanzaron ni se acercaron al 1% de la población total.

### **El avivamiento pentecostal y carismático**

El ingreso desde principios de este siglo de los pentecostales al campo religioso latinoamericano marcó un cambio radical en la disputa de la feligresía a la Iglesia Católica. Braceros conversos, predicadores americanos y europeos iniciaron un trabajo pionero de muy pocos hombres, con escasos recursos pero con audacia y convicciones que probablemente les faltó a los protestantes o evangélicos históricos cómo preferiremos llamarles, quienes estaban muy apoyados por los libe-

rales. Sus resultados están a la vista, en la actualidad se colocan en alrededor del 10% de la población total de la región. Al principio fueron las clases populares y los grupos étnicos quienes se convirtieron, luego se expandieron a las clases medias y altas. Más adelante iniciaron procesos de carismatización y pentecostalización de las denominaciones históricas, quienes vieron incrementar sus feligreses en sus disidencias internas y finalmente el Movimiento de la Renovación Carismática en el Espíritu Santo produjo cambios en las practicas religiosas de los católicos, que ya habían sido sacudidos por el impacto de las novedades conciliares.

Pentecostales unicitarios y trinitarios, pentecostales de influencia americana, pentecostalismos nacionales, neopentecostales y movimientos de la cura divina, generan un panorama diverso, complejo y altamente escindido, pero en cuya división está precisamente la clave de su expansión, un movimiento social dinámico, que no se recuesta sobre sus reservas estratégicas e históricas, cada vez mas mermadas y en crisis como el catolicismo (Campos, 1997). No desean tener una retaguardia social, por el contrario todos quieren ser la vanguardia en la construcción del paraíso, mediante el derramamiento del Espíritu Santo sobre la Tierra.

### **El triunfo de los Orixas. Nuevas fuerzas de las religiones afroamericanas**

Las religiones afroamericanas han tenido un nuevo desarrollo en el siglo XX, marginadas, discriminadas y obligadas a la clandestinidad más extrema, su rol estructurador de la resistencia negra en muchas sociedades americanas, que a la vez que les exigían la conversión al cristianismo los obligaban a asimilar el estigma del racismo, es junto con el desarrollo de las religiones amerindias, uno de los elementos más notables del proceso de descolonización del continente, proceso ambiguo y nunca concluído por el neocolonialismo, las oligarquías locales y la dependencia. Asistimos a la creación de nuevas religiones afroamericanas y a procesos de africanización de las mismas, un intento de romper con los procesos de yuxtaposición que describiera Marzal. Al igual que las religiones indias, las religiones afros se dedicaron a la conversión de los blancos, sus antiguos colonizadores, con notable éxito.

### **Los americanos en América Latina. Las lecturas de la religión civil estadounidense**

Una cuestión que aún debemos analizar con mucha mas precisión es el impacto de la religión civil norteamericana sobre los sistemas religiosos locales, junto con la ya muy documentada expansión de la cultura americana en una multiplicidad de cuestiones, su impacto sobre los sistemas religiosos es notable. En el campo católico, la Iglesia americana, vinculada con minorías segregadas y discriminadas de los Estados Unidos ha apoyado y apoya habitualmente grupos contestatarios, como ha sido notorio en América Central. Los evangélicos históricos no se refieren habitualmente hacia Europa e incluso ven con suma desconfianza al protestante Consejo Mundial de Iglesias y a su expresión local, el CLAI (Consejo Latinoamericano de Iglesias) considerado muy cercano a posiciones de la Teología de la Liberación, sino que por el contrario, el modo de vida americano en sus expresiones fundamentalistas es el punto de referencia obligado y han creado el CONELA (Consejo Evangélico Latinoamericano), como una estrategia para relacionarse con las cúpulas evangélicas estadounidenses afines, habitualmente conservadoras.

La creación de iglesias locales y el proceso de autonomización orgánica de las centrales americanas ha sido la tendencia habitual en los evangélicos latinoamericanos pero, no podemos dejar de mencionar su influencia teológica y cultural. Sin embargo, su conservadurismo, que llevó a los evangélicos a impulsar en su momento las causas mas dudosas de la Región, como al General Ríos Mont en Guatemala o al General Pinochet en Chile, no deben oscurecer la percepción de la participación de los evangélicos en las cuestiones latinoamericanas, un sector pequeño pero significativo participa de la Teología de la Liberación y el mas dinámico comienza a proponerse un proyecto político propio, tratando de configurar una democracia cristiana de inspiración evangélica, asunto que tenemos poco estudiado todavía.

### **Cooptando a los cooptados. Los orientalistas de origen americano en América Latina**

La llegada de los grupos orientalistas resultado de relecturas occidentales ha sido un signo dominante en la inserción de estos sectores en el campo religioso latinoamericano. Con gran éxito entre las clases

medias y altas, en este caso, interesadas en propuestas individualistas al estilo de los sofistas griegos, una suerte de solipsismo, donde sea cada uno de los interesados que fije los parámetros de conducta de cada quién. El poder de los grupos orientalistas debe medirse más por la posición estratégica de sus adeptos que por en número de los mismos.

### **Las novedades novedosas. Los nuevos movimientos religiosos**

El desarrollo de propuestas religiosas, en muchos casos no cristianas o en las fronteras del cristianismo, pero también dentro del cristianismo evangélico e incluso al interior del catolicismo, con un gran énfasis en la vida comunitaria y en su estructura de comunidades totales (Goffman), que implican asimismo un proceso de resocialización e incluso reendoculturación de sus integrantes produce muchas inquietudes en amplios sectores de las sociedades latinoamericanas, cults o sectas destructivas, nos plantean nuevos desafíos metodológicos. Sería muy difícil hacer una lista prolija de los grupos incluidos en esta sección y provisoriamente la dejemos abierta, aunque esto lo hemos trabajado en otro documento (Masferrer. 1998). Las razones por las que, en momentos en que nuestras sociedades latinoamericanas marchan en forma acelerada hacia procesos de democratización, se desarrollan grupos sumamente autoritarios que exigen y obtienen la subordinación total de sus integrantes. Quizás el miedo a la libertad que nos proponía Erich Fromm tenga aún vigencia y sea un componente de muchas culturas.

### **Reformulando la naturaleza. La Nueva Era**

Vinculado a las propuestas antes mencionadas, pero exigiendo una mención especial no podemos dejar de mencionar a esta corriente, aparentemente inorgánica y altamente segmentada la New Age representa un desafío a para las iglesias constituídas y tiene además la capacidad de traspasar las débiles fronteras teológicas y denominacionales, recientemente una ceremonia de estas características celebrada nada menos que en Santuario de la Basílica de Guadalupe en el Tepeyac, coordinado por un influyente sacerdote de una orden religiosa que cuenta con todo el respaldo del Vaticano nos hace pensar que la Nueva Era no es una moda sino que implica la puesta al día de un conjunto de creencias, en muchos casos europeas pre-cristianas que permane-

cieron en el imaginario social y que regresan por sus fueros una vez eliminados los riesgos inquisitoriales y que cobran plena vigencia en contextos postmodernos.

### **Destruyendo las fronteras teológicas. La multirreligiosidad en América Latina**

Si nos tomáramos el trabajo de sumar los adeptos registrados y que participan activamente de las distintas propuestas religiosas podemos tener la seguridad que sobrepasaría la de los habitantes que registraría el mejor censo de población. Muchos latinoamericanos toman como realidades parciales en la búsqueda de su propia espiritualidad cada una de las iglesias, denominaciones o instituciones religiosas de signo diverso. Los datos de campo nos muestran a un feligrés que pudiera leer una vez a la semana un horóscopo, que visite a un especialista de la Nueva Era para que le haga una Carta Astral, que se haga una limpia con un especialista tradicional, que vaya a un pai umbandista para curarse, que visite a un pastor pentecostas por un exorcismo y que finalmente se case o bautice a sus hijos en la Iglesia Católica.

Los fenómenos de multirreligiosidad plantean problemas metodológicos, que apenas estamos empezando a trabajar, pero que obligan a reflexionar sobre la relación entre fronteras teológicas o filosóficas en términos formales y las construcciones que realizamos los latinoamericanos en términos concretos.

### **Reformulando los límites. ¿Campo religioso y campo político o campo político- religioso?**

El desarrollo de corrientes político-religiosas de distinto signo que ingresan al campo político con legitimidad y respaldo de importantes sectores sociales, hace que debamos plantearnos varias cuestiones en torno a los límites entre campo político y campo religioso. Es importante destacar que el agotamiento del modelo de estado liberal decimonónico, implica una debilidad estructural de los estados latinoamericanos y que en esta crisis política, económica y social por la que atravesamos, existe un retorno a las lealtades primordiales, en este contexto, una buena hipótesis de trabajo es que las estructuras religiosas dinámicas y con excelentes resultados en la conquista de nuevos

adeptos serán actores importantes en los procesos de reformulación de los Estados latinoamericanos

### **Configurando lo configurado. Las fuerzas sociales en el campo religioso. A modo de conclusión**

El fenómeno mas notable de los últimos años es la disputa por el control del campo religioso entre católicos y no católicos. Mientras que los primeros muestran orgullosos sus estadísticas de bautizados, los segundos hacen el recuento de templos, pastores y feligreses diezmado y asistiendo varios días de la semana al templo. Si hiciéramos una contabilidad de la cantidad de horas-hombres obtenidas por cada iglesia tendríamos muchas sorpresas, del mismo modo que si aplicáramos escalas de prestigio para cada propuesta religiosa. En las puertas del Nuevo Milenio, los sistemas religiosos son, en muchos casos, la base de la estructura cultural en que se desenvuelven los latinoamericanos.

### **Bibliografía consultada**

- BARABAS, Alicia  
1987 Utopías indias. Movimientos sociorreligiosos en México. Grijalvo.
- BASTIAN, Jean-Pierre  
1994 Protestantismos y modernidad latinoamericana. Historia de unas minorías activas religiosas en América Latina. F.C.E., México, D.F.
- BASTIDE, Roger  
1986 Sociología de la religión (Les religions africaines au Brésil). Jucar Universidad, Madrid.
- BLOOM, Harold  
1994 La religión en los Estados Unidos. El surgimiento de la nación postcristiana. FCE, México, D.F.
- BOFF, Leonardo  
1984 Ecclesionénesis. Las comunidades de base reinventan la Iglesia. Sal Terrae, Santander.
- CAMPICHE, Roland J.  
1987 Sectas y nuevos movimientos religiosos, divergencias y convergencias. En *Cristianismo y sociedad* XXV/3 n.93. Tierra Nueva, México, D.F.
- CAMPICHE, Roland J.  
1991 De la pertenencia a la Identificación religiosa. El paradigma de la individualización en la religión hoy en día. En *Religiones Latinoamericanas* 1, ALER-CAALAC, México, D.F.

- CEBALLOS RAMÍREZ, Manuel  
 1991 El catolicismo social: un tercero en discordia. *Rerum novarum*, la cuestión social y la movilización de los católicos mexicanos (1981-1911). El Colegio de México, México, D.F.
- COX, Harvey: *Many Mansions*.  
 1988 *A christian's Encounter with Other Faiths*. Beacon Press, Boston
- COX, Harvey  
 1995 *Fire from Heaven. The Rise of Pentecostal Spirituality and the Reshaping of Religion in the Twenty-first Century*. Addison-Wesley P., Reading.
- CIPRIANI, Roberto ed.  
 1994 "Religions sans frontières?" Present and future trends of migration, cultura and communication, Presidenza del Consiglio dei Ministri. Roma.
- DEIROS, Pablo Alberto  
 1992 *Historia del Cristianismo en América Latina. Fraternidad Teológica Latinoamericana*, Buenos Aires.
- DUSSEL, Enrique  
 1986 *Los últimos 50 años (1930-1985) en la historia de la Iglesia en América Latina*. Indo American Press Service, Bogotá.
- ESPEJEL LÓPEZ, Laura y Rubén RUIZ GUERRA coord.  
 1995 *El protestantismo en México (1850-1940)*. La Iglesia Metodista Episcopal, INAH, México, D.F.
- ESPINOSA, Enrique  
 1984 *La secta Israel del Nuevo Pacto Universal: un movimiento mesiánico peruano*, en *Revista Teológica Limense*, Facultad de Teología XVIII 1-81, Lima.
- FRIGERIO, Alejandro y María Julia Carozzi comp.  
 1994 *El estudio científico de la religión a fines del siglo XX*, CEAL, Buenos Aires.
- GARMA NAVARRO, Carlos  
 1987 *El protestantismo en una comunidad totonaca de Puebla*, Instituto Nacional Indigenista, México, D.F.  
 1994 *Liderazgo protestante en una lucha campesina en México*, en *América Indígena* XLIV-1, pp. 127-141, I.I.I., México, D.F.
- GARMA NAVARRO, Carlos y Roberto SHADOW, coord.  
 1994 *Las peregrinaciones religiosas. Una aproximación*, UAM-I, México, D.F.
- GEERTZ, Clifford  
 1989 *La interpretación de las culturas*. GEDISA, Barcelona.



- GONZALEZ, Fernando M.  
1996 Una Historia sencilla: La muerte accidental de un Cardenal (Caso Posadas). IIS-UNAM-Plaza y Valdes, México, D.F.
- GUTIERREZ, Gustavo  
1971 Teología de la Liberación, Centro de Estudios y Publicaciones, Lima.
- HALEY, Jan  
1991 Las tácticas de poder de Jesucristo y otros ensayos. PAIDOS, Barcelona.
- LALIVE, d'EPINAY, Christian  
1968 El Refugio de las masas, Ed. del Pacífico, Santiago de Chile.
- LALIVE, d'EPINAY, Christian  
1975 Religion, dynamique sociale et dépendence (Le protestantisme en Argentina et au Chili), Ed. Mouton, Paris-La Haye.
- LAGARRIGA ATTIAS, Isabel  
1991 Espiritualismo Trinitario Mariano. Nuevas perspectivas de análisis. Universidad Veracruzana, Xalapa.
- LANTERNARI, Vittorio  
1974 Occidente y Tercer Mundo. Siglo XXI, Buenos Aires.
- MARZAL, Manuel M.  
1983 La transformación religiosa peruana. P. Universidad Católica del Perú. Lima.
- MARZAL, Manuel M.  
1985 El sincretismo iberoamericano. P. Universidad Católica del Perú. Lima.
- MARZAL, Manuel M.  
1988 Los caminos religiosos de los inmigrantes en la Gran Lima. P. Universidad Católica del Perú. Lima.
- MARROQUIN, Enrique coord.  
1995 ¿Persecución religiosa en Oaxaca? Los nuevos movimientos religiosos. Instituto Oaxaqueño de las culturas. Oaxaca.
- MAFERRER KAN, Elio  
1993 Religious Transformations and Social Change in Latin América, en Luther Martin ed., Religious Transformations and Socio Political Change. Eastern Europe and Latin América pp.207-219, Mouton de Gruyter, Berlín, New York.
- MAFERRER KAN, Elio Comp.  
1998 Sectas o iglesias. Viejos o nuevos movimientos religiosos. Plaza y Valdés Editores. México, D.F.
- MAYER, Jean-François  
1987 El mundo de los nuevos movimientos religiosos. en En Cristianismo y sociedad XXV/3 n.93, pp. 21-36 Tierra Nueva, México, D.F.

- MEYER, Jean: *La cristiada, Siglo XXI*, México, D.F., 1973.
- 1989 *Historia de los cristianos en América Latina, siglos XIX y XX, Vuelta Ed.*, México, D.F.
- ORTIZ ECHANIZ, Silvia
- 1989 *Una religiosidad popular en México. El Espiritualismo Trinitario Mariano*. INAH, México, D.F.
- PARKER GUMUCIO, Christian y Ricardo Salas comp.
- 1992 *Cristianismo y culturas subalternas*. Ed. Paulinas- CERC-UAHC, Santiago de Chile.
- PUENTE LUTTEROTH, María Alicia
- 1993 *Hacia una historia mínima de la Iglesia en México*. JUS-CEHILA, México, D.F.
- PUENTE LUTTEROTH, María Alicia
- 1993 *Movimiento Cristero: Afirmación de identidades. Un acercamiento panorámico al conflicto sociorreligioso en México de 1926-1939*. Tesis doctoral, CIESAS, México, D.F.
- REGAN, Jaime
- 1983 *Hacia la tierra sin mal*, CETA, Iquitos.
- RIBEIRO, Darcy
- 1977 *Las Américas y la civilización. Proceso de formación y causas del desarrollo desigual de los pueblos americanos*. Extemporáneos-UNAM, 3a. ed. aumentada, México.
- RODRIGUES BRANDO: Carlos
- 1987 *Creencia e identidad: campo religioso y cambio cultural*. En *Cristianismo y sociedad XXV/3* n.93.pp. 65-106 Tierra Nueva, México, D.F.
- ROSTAS, Susanna y André DROOGERS eds.
- 1993 *The popular use of Popular Religion in Latin America*. CEDLA, Amsterdam.
- SCOTT, Lindy (Luís)
- 1994 *La sal de la tierra. Una historia socio-política de los evangélicos en la ciudad de México. (1964-1991)*. Kyrlos, México, D.F.
- TORRE, Renée de la
- 1995 *Los hijos de la luz. Discurso, poder e identidad en La Luz del Mundo*. ITESO-CIESAS-U de G., Guadalajara.
- Revista Académica para el Estudio de las Religiones*. Tomo I *La Luz del Mundo* (1997) y Tomo II *Chiapas, el Factor Religioso* (1998). Publicaciones científicas para el estudio de las Religiones. México, D.F.

# MARKETING Y RELIGIÓN

## Las estrategias de supervivencia de organizaciones religiosas en América Latina

*Leonildo Silveira Campos*  
*Universidad Metodista de San Pablo - Brasil*

### Introducción

La aplicación de los conceptos de la economía y del mercado en la descripción y análisis del campo religioso, será la forma adoptada para abordar este tema en esta oportunidad. Este modo de aproximarse a aspectos fundamentales del tema religioso aún encuentra resistencias fuertes entre integrantes del mundo de la religión y también, simultáneamente, del mundo de la economía.

En Francia, Jean-Paul Fiplo (1984:17) escribió que “religión” y “marketing” son en cierto modo “dos palabras tabúes porque representan dos formas de poder cuyos excesos pasados o presentes irritan a muchos de nuestros contemporáneos”. Esa actitud está disminuyendo, aunque todavía es muy fuerte entre las personas que se ocupan de la administración de organizaciones y movimientos religiosos, se trate de organizaciones del tipo iglesia, denominaciones o sectas.

El argumento principal que sirve de base a esa actitud de extrañeza, insiste en que el marketing religioso es un tipo de profanación del territorio religioso y de las sagradas entidades. A su vez, los administradores y analistas de organizaciones y compañías profanas juzgan que nada pueden aprender con las organizaciones religiosas. Para la mayoría de ellos, “religión” y “negocio”, “fe” y “comercio”, “estrategias” religiosas y “organizacionales”, son polos diferentes que nada tienen en común, prevaleciendo así en la práctica la idea que “comercio es comercio y religión es religión.”

Sin embargo, un análisis superficial ya es suficiente para que notemos que eso ocurre en América Latina, pues bajo el rastro del pentecostalismo y del teleevangelismo de origen norteamericano, existe una fuerte conexión. La misma está apareciendo cada vez con mayor fuerza y es el enlace entre “comercialización” y “religión”, entre la expansión y supervivencia de organizaciones religiosas y las estrategias de los gerentes y administradores de empresas. Y tenemos que suponer que esa conexión está siendo adoptada cada vez más por una porción significativa de organizaciones religiosas en este final de milenio.

Con eso, desaparecen o se debilitan aquellas características del campo religioso que hicieron escribir al historiador francés Jacques Le Golf (1991:92): “Se puede considerar sospechosa una religión que mezcla tan fácilmente Dios con los negocios y, tal vez supersticiosamente, hace depender la fortuna de la protección divina”. Así, nosotros pensamos demostrar cómo el empleo de esas estrategias que se originan del mercado está dándose –sobre todo el uso del marketing–, rediseñando el campo religioso y re-ordenando las instituciones y organizaciones de apariencia protestante que están buscando expansión y supervivencia en un continente donde hasta unas décadas atrás había una hegemonía incuestionable del catolicismo en sus formas romana o popular.

Lo que hemos hecho es apenas poner como tela de fondo de este abordaje esas discusiones y teorías que intentan analizar una supuesta crisis religiosa latinoamericana y que la unen a los procesos de des-sacralización de la cultura o a una “efervescencia religiosa” (en el sentido que Durkheim dio a la palabra). También atribuyen todos estos cambios al arribo de una globalización de la cultura que hace de los medios de comunicación una locomotora que ha impuesto en la periferia del mundo esas características, atribuyéndolas a la postmodernidad. O sea, un “desarme” y “re-composición” de los fragmentos en nuevas unidades culturales.

## **1. Conceptos económicos y campo religioso...**

En los Estados Unidos recientemente surgieron contribuciones teóricas significativas para un análisis administrativo y organizacional de la religión. Ese abordar la religión como un “negocio” se volvió más presente en la literatura, en especial después del surgimiento de la “iglesia electrónica” y de sus teleevangelistas, que hicieron de la recau-

dación de recursos financieros la razón principal de las programaciones radiofónicas o televisivas.

En ese período también creció entre los protestantes nuevos pentecostalismos, entre los cuales se agrupan los “carismáticos” y “evangelicales” (una mezcla del pentecostalismo con fundamentalismo), provocando un crecimiento explosivo de mega iglesias, algunas de ellas propietarias de hospitales, universidades y de estaciones de radio y televisión. La IURD, por ejemplo, es propietaria, controla directa o indirectamente más de 30 estaciones de radio y otras tantas de televisión en Brasil.

En un análisis preliminar de la literatura pertinente a ese tema, encontramos las contribuciones importantes para esta propuesta nuestra para describir y entender el crecimiento, la expansión y supervivencia de organizaciones religiosas en Latinoamérica. En esta perspectiva apuntamos, entre otros, los textos de Norman Shawchuck et alii (1992), H.J. Demerath III y otros (1998), Robert B. el Ekelund et alii (1996), todos ellos autores que dan énfasis a la idea de que hay conexiones muy fuertes entre “iglesias” y “compañía”, fenómeno que estamos analizando en este texto. Hay también algunos otros pioneros de las investigaciones sobre organizaciones sociales, tales como Peter Berger (1967,1974,1993), Thomas Luckman (1967) y las contribuciones de Philip Kotler (1988, 1982) y Peter Drucker (1995), que así empezaron el estudio de los principios y prácticas de la administración de organizaciones que “no buscan ganancia”.

El tema de esta ponencia es tanto una propuesta de trabajo como también una “provocación”. Ambos se expresan en las preguntas: ¿En qué consiste la perspectiva del marketing? ¿Podemos hablar de marketing de los bienes simbólicos? ¿Qué conexiones hay entre la “mercantilización de lo sagrado” y una visión del fenómeno religioso desde el punto de vista del marketing? ¿Qué lazos existen entre religión y marketing? ¿Cuáles son las posibilidades y los límites al aplicar a la religión -fenómeno persistente en la historia de los grupos sociales- un conjunto de conocimientos y técnicas nacidos muy recientemente, en la trama del capitalismo occidental? ¿Qué relaciones se pueden establecer entre las teorías surgidas para legitimar el mercado y aquellas auto-elaboradas por sacerdotes y laicos para explicar sus respectivas acciones en el ámbito del templo? ¿Cómo “templo” y “mercado”, “religión” y “comercio”, “propaganda religiosa” y “publicidad comercial” se interrelacionan? ¿Qué implicaciones trae una esfera para el comportamiento

de la otra? Por último, ¿cómo se da en forma concreta en el caso de la IURD, esa articulación entre valores religiosos y mecanismos de intercambios, mediados por la visión y las técnicas del marketing? ¿En qué lugar nosotros podemos poner en esa interfaz secular-sagrado los límites entre las organizaciones “secular lucrativas” y las “religiosas”?

La relación sistemática de “religión” y “mercado” a través de la perspectiva del marketing fue hecha por Philip Kotler (1988), que publicó en 1971 el libro “Strategic marketing for non-profit institutions”, en el cual reunió consideraciones sobre las implicancias del marketing para aquellas organizaciones que no hacen de la búsqueda de la ganancia monetaria su meta principal. El desdoblamiento de esa obra, con análisis específicos sobre las organizaciones religiosas, principalmente iglesias y sinagogas estadounidenses, sólo sería retomado por él y otros colegas (Norman Shawchuck et alii, 1992) en el texto “Marketing for congregations - Choosing to serve people more effectively”.

Bajo el impacto de esas ideas, algunos especialistas de marketing han trabajado la cuestión religiosa. Entre ellos podemos citar a George Barna (1994: 14, 18, 23), que considera el marketing un instrumento muy importante para el crecimiento de la iglesia. Esa nueva tendencia confirma la hipótesis lanzada por Peter Berger (1963, 1967) ya en los años ‘60, en el sentido que las organizaciones religiosas en un contexto competitivo precisan producir resultados, provocando así el surgimiento de una racionalización de estructuras y procedimientos.

Esa mentalidad calculista impulsó a algunos responsables de organizaciones religiosas a buscar en el marketing principios, técnicas y estrategias que los ayuden a mejorar la performance de sus organizaciones en el ranking del mercado religioso. Es claro que ese descubrimiento se dio tanto por medio de la opción consciente y calculista de una asesoría como también de procesos intuitivos.

Una contribución importante para esa discusión fue el lanzamiento en 1967, por Peter Berger, del texto “The sacred canopy: elements of a sociological theory of religion”. En este libro Berger analizó las implicaciones de la transformación de las instituciones religiosas en “agencias de mercado” y de las tradiciones religiosas en “mercaderías para el consumidor”. Ese y otros textos liberaron la “imaginación sociológica” y estimularon la aplicación de la metáfora del mercado en la aproximación a los fenómenos religiosos.

Con todo, Danièle Hervieu-Léger (1993: 239) elaboró una fuerte crítica al reduccionismo de varios autores que, según ella, habrían

introducido “una especie de esquema mecánicamente utilitarista que presta a las instituciones religiosas las categorías de marketing simbólico”, en especial, al aplicar la idea de las “opciones racionales” en la cuestión de la piedad personal.

El análisis de Peter Berger (1985: 149, 150) parte de la cuestión del pluralismo y de la oportunidad de múltiples elecciones religiosas. Pues para él, la sociedad moderna está marcada por la existencia de innumerables visiones de mundo que compiten para atraer seguidores. El pluralismo habría forzado a las organizaciones religiosas a abandonar la cómoda situación de monopolio en la cual la sumisión de las personas era automática e involuntaria para transformarse en entidades competitivas, lo que caracteriza la situación de mercado. Ahora, la lealtad y los compromisos individuales son resultantes de un proceso de “compra” o de una cooptación que orilla la atracción y seducción de un “consumidor” ante un “producto”.

El predominio de esa nueva mentalidad muestra que “gran parte de la actividad religiosa en esa situación” fue capturada y “dominada por la lógica de la economía de mercado”, trayendo para la estructura de los diversos grupos religiosos consecuencias profundas, tanto en su aspecto interno como en sus relaciones inter-institucionales.

También la teoría de Pierre Bourdieu (1982) sobre el “mercado de los bienes simbólicos” y la de Otto Maduro (1981) sobre las relaciones entre religión y clases sociales nos auxilió en la aproximación a la religión neopentecostal desde el punto de vista del “campo religioso” como un espacio de conflicto entre productores y consumidores de bienes simbólicos. Asimismo, Bourdieu resalta que los campos son espacios sociales donde ocurren luchas entre colectividades, agentes e instancias, así como se da la elaboración de estrategias individuales y de pequeños grupos de acumulación de capital simbólico, usados en los procesos de trueque.

Según esa perspectiva, la demanda, producción y consumo de bienes simbólicos deben ser vistos a la luz del conflicto, elemento clave para que se entiendan las relaciones entre agentes religiosos clericales y laicos en la disputa por el control de los medios de producción y distribución de esos bienes.

En este texto, nosotros haremos un resumen del análisis del caso de una empresa religiosa administrada de una manera directiva: la Iglesia Universal de Reino de Dios (IURD), una organización resultan-

te de reformulaciones en el movimiento pentecostal en Brasil. Esa empresa apareció en Río de Janeiro, Brasil, en 1977. Pero actualmente la IURD tiene 2200 templos en Brasil y otros 200 en 65 países, acogiendo a más de cuatro millones de personas en sus cuatro o cinco cultos diarios.

Claro que si pudiéramos agrandar el estudio, también analizaríamos a una organización casireligiosa, de origen estadounidense – Amway, la cual actúa en el área de productos de limpieza que son vendidos por amas de casa, que hacen de sus relaciones de amistades y familia su propio mercado, como este una inmensa red de marketing directo.

En su forma de acción, Amway asume características propias de una entidad religiosa, como por ejemplo: tener una ideología para justificar su actuación y movilizar a las personas en su esfuerzo de marketing, dándose énfasis a su trabajo de ventas como una forma eficaz de prosperar en la vida y de ascender socialmente; ritos públicos de reafirmación y motivación de sus recursos humanos; mecanismos de conversión y cooptación de los nuevos compañeros en el trabajo de ventas; dirección carismática de la organización, que se legitima a través de sus propios éxitos en el trabajo de ventas.

La irrupción de fenómenos organizacionales casi religiosos como aquellos indica que los mecanismos tradicionales usados para la separación de las esferas públicas (Estado, economía) y privado (familia y religión) están en el comienzo de un estado de disociación, que facilitó la aparición en esos intersticios de nuevas maneras de conexión entre la religión y economía, individualidad y colectividad, afectando así las formas de intentar alcanzar lo sagrado, dentro de un contexto de “desarme” de las instituciones que tradicionalmente expresaron y manejaron lo sagrado.

## **2. Las mutaciones del campo religioso en la América Latina**

La empresa colonial en el subcontinente latinoamericano produjo la implantación de una simbiosis entre lo social y la persona religiosa –una sociedad corpus christianum– síntesis que duró hasta mediados del siglo XIX, no obstante, toda la resistencia que ofrecía ese campo religioso a las religiones exógenas. Desde entonces, la Iglesia católica empezó a perder el mando en la sociedad, en proporciones regionales variadas.



La colonización ibérica católica efectuó una imposición de la fe cristiana sobre una población indígena y rural, portadora de creencias mágicas, practicándose una catequesis que desafortunadamente apenas formó una camada de barniz sobre la antigua realidad religiosa. Así como en la Europa de la Edad Media, como señala Keith Thomas (1991: 36-50), en Latinoamérica se importaron y se multiplicaron los cultos a las reliquias sagradas, verdaderos fetiches milagrosos a los cuales se les atribuía el poder de curar enfermedades y el de proteger a las personas de los peligros. De tal forma, siempre según Thomas, la iglesia “se muestra como una gran reserva de poder mágico capaz de ser empleado para una serie de finalidades seculares”.

En ese continente hoy se vive una modernidad periférica, que viene acompañada de un proceso de mutación religiosa que provocó reducción de la capacidad de la Iglesia Católica para controlar el campo religioso y hasta los propios dioses (Bastian, 1996:10). Por consiguiente, menos del 75% de los integrantes de la población pueden ser considerados católicos por tradición y todavía muchos menos nunca participan de ningún culto o de rituales en un templo católico.

A su vez, el protestantismo, como marcó muy bien Jean-Pierre Bastian (1994), llegó a este continente en la segunda mitad de este siglo y empezó a llenar algunos espacios sociales y organizar lo que este autor llamó “sociedades de ideas”, liberales, republicanas y comprometidas con los cambios que los latinoamericanos buscaban en una modernidad no católica.

Así, una diversidad impresionante tomó cuenta del campo religioso latinoamericano y hoy, para que alguien se quiera denominar “protestante” o “católico”, es necesario tener alguna atención, pues ambos se volvieron conceptos ambiguos.

Hay también un crecimiento en el número de los que dicen ser no católicos porque no son religiosos, y están también aquellos que siguen religiones indígenas, religiones afroamericanas o nuevos movimientos de inspiración oriental, al lado de movimientos religiosos pseudo protestantes, como el mormón y los Testigos de Jehová.

Podemos decir que todas esas mutaciones provocaron un tipo de “desarme”, “desregulación” o “desprogramación” del campo religioso. Hay también en las personas una disposición de abandono de las instituciones que tradicionalmente eran administradoras de lo sagrado. Sucede que hay una liberación de la opción individual de la presión

de los grupos familiares, de los amigos o de los vecinos de barrio. Las personas empezaron a cambiar de religión con más comodidad, se perdió la dramaticidad de la conversión que implicaba una forma de rompimiento de enlaces familiares o de amistad. La opción de una religión no provoca ya el surgimiento de un “individuo-fuera-del-mundo”, sino ya de un “individuo-dentro-del-mundo”, según Louis Dumont (1983).

Esa transformación de la religión en una opción del individuo preparó el camino para el reaparecimiento de una situación para pagar por el consumo de servicios religiosos (Pierucci y Prandi, 1996:257), instituyéndose el “religioso comercializado”. Del mismo modo, se desarrollaron técnicas destinadas a interferir en los mecanismos de la demanda hacia “productos religiosos”. Atraídos por ese fenómeno, buscamos entonces un objeto de estudio que podía reunir todos los matices de esas mutaciones. Fue entonces que nos detuvimos en la práctica de la Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD), ya extensamente analizada en nuestra Tesis de Doctorado (Campos, 1997), por medio de las metáforas “teatro”, “templo” y “mercado”.

Así, nos preguntamos: ¿qué relación hay entre el neopentecostalismo de la IURD y el catolicismo popular latinoamericano? La pregunta es válida, ya que el catolicismo también desarrolló formas de manipulación mágica de los entes religiosos – especialmente los santos – exigiéndose de ellos el cumplimiento de obligaciones atribuidas por medio de un contrato personal entre la persona del santo y su adorador.

Por otro lado, la racionalidad, a la cual se refiere Weber, hizo que hubiese en la sociedad latinoamericana un abandono de la tradición como referencial de conducta, justamente por ser la tradición portadora de una memoria social impura, con contenidos paganos y mágicos. El criterio organizador pasó a ser la competencia, eficiencia y productividad, todo lo cual forzosamente envuelve racionalidad.

Sin embargo, el sistema de mercado sólo alcanzó su ápice cuando consiguió penetrar en el ámbito de la religión y ofrecerle la ilusión de ocupar un espacio privilegiado dentro de él, siendo que en realidad la religión se fue transformando cada vez más en una de sus mercaderías. De esa manera, el mercado se sacralizó y engendró su propia teología, objeto de estudios críticos de teólogos como Franz J. Hinkelammert y Hugo Assmann (1989) y Julio de Santa Ana (1989), cuyas contribuciones han propiciado la denuncia de la sacralización del mercado y de los mecanismos vicarios a los cuales se someten sus víctimas.

A partir de ese triunfo del mercado, no se puede decir más que la religión usa las leyes del mercado para vender su mercadería, sino que ella misma se sometió a esas leyes y se transformó en una mercadería también vendible en el mercado. Su sumisión a los intereses de los consumidores –fenómeno a nuestro modo de ver esencial para poder entender el neopentecostalismo– trajo de regreso las discusiones sobre la interioridad de las personas, sus fantasías, deseos y sueños, materia prima que siempre unió magia y religiosidad popular.

Por eso trabajamos con la hipótesis que la IURD encarna algunas ambigüedades históricas, principalmente en el combatir las prácticas católicas y afrobrasileñas por ser mágicas, pero proponiendo rituales que, al ligar religión y prosperidad material, recolocan en primer plano aspectos mágicos y utilitarios que escandalizan a los protestantes históricos y desafían la competencia católico-romana.

La inserción de la religión en el mercado y del mercado en la religión causó un “cortocircuito” tanto en el campo religioso como en el interior del propio mercado. En el primero, hubo reacción por considerarse la religión mercadológica como una aberración idolátrica. De la misma forma reaccionó la religión endógena del mercado, que se expresa a nivel vulgar con el dicho “religión es religión, negocio es negocio” y académicamente por medio de una argumentación desarrollada por los economistas para probar que el mercado debe permanecer distante de los compromisos éticos y de los valores morales.

Concluimos el argumento afirmando que hay indicios de que el neopentecostalismo, en especial la religión de la IURD, representa una acomodación de las creencias originalmente protestantes al sistema de mercado. Es que ahora puede dejar de lado la famosa “ética protestante”, vinculada a los orígenes del capitalismo y a la práctica de un ahorro ascético, según tesis de Weber, y sustituirla por una ética de consumo compulsivo. Así, el mercado consigue atraer a su órbita aún aquellas ideas y prácticas religiosas que en su inicio parecían negar el mundo y predicar el advenimiento de su destrucción en una guerra de Armagedón, en el fin de los tiempos.

Para nosotros, es punto de consenso el que la religiosidad institucionalizada, en el campo religioso latinoamericano, sufra hoy un tremendo proceso de vaciamiento. Cada vez más multitudes se apartan de las instituciones que hasta hace poco tiempo administraban la distribución de los bienes religiosos. Aún hoy renacen por todos lados nue-

vas formas de apropiación de lo sagrado, visibles o invisibles, con pretensiones de ofrecer experiencias religiosas o semireligiosas, aparte de los recetarios institucionalizados y tradicionales.

En consecuencia, usando metáforas gastronómicas, afirmamos que aumenta el número de personas dispuestas a usar, ellas mismas, un menú religioso y prefieren una especie de *do it yourself* en términos de religión, según Jean-Paul Willaime (1992: 108) o, en otras palabras, una religión *à la carte*. Esto porque se sienten bien donde, a semejanza de un “restaurante por quilo”, se pueden servir lo que quieren y en la cantidad que deseen.

Así, la atomización de agentes e instituciones en el campo religioso, la llegada del pluralismo, hicieron que el camino para el marketing surgiese como una opción práctica de sobrevivencia y no como resultado de un conjunto de discusiones teóricas y de un cálculo racional. Surgió así una separación entre el “campo religioso” y el “mercado religioso”, lo que es una consecuencia de la fuerza homogenizadora del mercado sobre el universo religioso.

La creciente aplicación del marketing en la generación de actos e instituciones religiosas está elevando el gusto del “comprador” y transformándolo en la instancia máxima de juicio de los fenómenos religiosos. Es el público “consumidor”, creado y organizado según reglas mercadológicas, el que determina tanto las formas de elaboración y distribución de los bienes religiosos, como la propia estructura asumida por la instancia productora. Así, la sociedad industrial abrió el mercado de consumo religioso, lo que acabó por crear condiciones para el surgimiento de un marketing religioso.

Como consecuencia, el ser humano en tránsito –nomadismo religioso– experimenta una situación de alto “potencial de metamorfosis” en un campo de posibilidades variadas. Se viven, entonces, situaciones marcadas por la alternancia, cuando el “inmigrante religioso” transita a través de diversas provincias de significado. Muchas veces, en el transcurso de ese proceso, las fronteras cognitivas no están nítidas y el individuo se siente un extraño hasta que se alía a un grupo y reconstruye su identidad en un proceso acentuado de intersubjetividad. Las comunidades pentecostales desempeñan ese rol en las ciudades de Latinoamérica.

Giorgio Paleari (1992), al investigar la religiosidad popular en “favelas” (villas-miseria) de la ciudad de San Pablo, encontró varios casos de tránsito o de “infidelidad” religiosa en que las personas habían frecuentado en la semana anterior a la encuesta un “terreiro” del culto umbandista, o habían ido a un culto de una iglesia pentecostal y en el fin de semana se habían dirigido al Santuario Nacional de la Virgen Aparecida del Norte para pagar una promesa.

Pero, ¿el fiel de la IURD se encuadra en situaciones ambiguas como ésta? La respuesta es “Sí y No”. Si consideramos a aquellos que forman parte de la “población fluctuante”, posiblemente eso suceda. Incluso porque muchos de ellos todavía están en proceso de transición religiosa y vienen del catolicismo, de las religiones afro-brasileñas o de otras iglesias protestantes.

Esos “nuevos creyentes” forman parte de una población intermedia, encontrada en la actualidad con mayor frecuencia en los templos de la IURD y refuerzan el número de los que integran el núcleo activo. A veces, familias enteras que adherían a la IURD participan de los encuentros religiosos: sus hijos menores van a la “Escuela Bíblica Universal y los hermanos divulgan la fe y las actividades de la iglesia en las calles próximas a los templos. Así, bajo la mezcla de la “clientela fluctuante”, crece el número de los que no quieren y no pueden ser considerados meros “aventureros en la fe” y que de ninguna manera se consideran “clientes” de una “agencia de cura”.

Aún coexisten, en el mismo lugar, actitudes típicas de fieles de un “templo” y clientes de un “mercado”. Estos últimos no se integran en el grupo ni forman comunidad. Son personas en tránsito que solamente buscan beneficios pasajeros. Pero los fieles permanecen y están llevando a la IURD a volverse una “iglesia” y no simplemente un “mercado”. Por eso, en el caso de la IURD, actualmente está surgiendo una red de comunidades y esto podría llevarla a volverse una denominación religiosa semejante a otras que hoy forman parte del protestantismo.

Hemos insistido que son las carencias las que facilitan la constitución de un espacio de trueques de bienes simbólicos en esos templos-mercados. El reclutamiento religioso siempre ha sido hecho a partir de las necesidades no resueltas. Esto no es peculiaridad del pentecostalismo. Esta manera de buscar soluciones para el sufrimiento, aflicciones y carencias, forma parte del arsenal cultural de nuestra sociedad.

Dicen las personas entrevistadas que se dirigieron a la IURD porque creían en la capacidad de la misma para resolver sus problemas,

al contrario de otras agencias procuradas antes. La creencia en la eficacia de algo es, por cierto, medio camino recorrido en dirección a la solución de tales problemas, lo que puede ser observado en los fragmentos de algunas declaraciones que recogimos en nuestra encuesta:

“Vine a la Iglesia Universal en un momento en que mi hija casada estaba enferma y casi separándose del marido (...). Mi jubilación era muy escasa y no servía ni para mantenerme, cuanto peor para ayudar a mi hija (...). Frecuentaba la Iglesia Presbiteriana pero no me gustaba la frialdad del pastor” (Viuda de 65 años, jubilada; tres años en la IURD).

“Yo estaba lleno de problemas familiares, mis hijos estaban enfermos y la heladera vacía sólo tenía hielo. Perdí todo. No tenía ninguna religión pero frecuentaba el umbanda (sic). No sabía que estaba siguiendo a Satanás” (Mujer casada, 30 años de edad, vendedora; tres años en la IURD).

“Mi vida estaba complicada (...). Mi hija estaba envuelta con drogas”. (Mujer casada, 40 años, vendedora; un año en la IURD).

“Mi casamiento estaba en crisis, mi hijo enfermo, el salario muy bajo y no tenía dinero ni para comprarle remedios” (Casada, 26 años, empleada doméstica; dos años en la IURD).

“Cuando llegué a la iglesia no tenía más amigos y vivía solo desde que mi padre se fue de casa (...). No creía mucho en Dios, me parecía todo una broma (...). Después comencé a frecuentar la Iglesia Bautista Independiente pero la encontraba muy quieta, con miedo de luchar contra los problemas” (Soltero, 15 años, vendedor de gas; un año en la IURD).

“Me enfermé y comencé a interesarme por la IURD a través de la televisión (...). Gano muy poco, si bien el salario todavía alcanza (...). Vivo muy solo y todavía estoy conociendo la iglesia, que me parece excelente” (Soltero, 26 años, cartero; un mes en la IURD).

“Llegué a la iglesia desorientado porque mi esposa acababa de fallecer” (Viudo, 31 años, chofer; un año y seis meses en la IURD).

“Yo era de la Iglesia Bautista y me sentía bien hasta que descubrí a mi esposo con otra mujer; fue allí que realmente encontré consuelo en la Iglesia Universal” (Casada, 35 años, comerciante; un año de IURD).

“Estaba muy solo, no tenía a nadie a mi lado (...). Mi vida estaba totalmente complicada (...). Yo era muy rebelde y tenía un problema en la pierna (...). Me parece que era católico pero la Iglesia Católi-

ca no está con nada (sic); debería ser neutra y no meterse en política porque el Arzobispo de San Pablo defiende al bandido y no al trabajador; defiende al preso que tiene comida, televisión, aparato de sonido y todavía exige buena alimentación y se olvida de la criatura abandonada (...). En la Iglesia Universal, en la "cadena del amor" conseguí mi novia; en la "cadena de la salud", curé mi pierna (...). La Iglesia Universal es una excelente iglesia porque le pedí al pastor que me consiguiese a alguien y él lo consiguió: ahora no estoy más solo" (Soltero, 45 años, empleado en un bar; ocho años de IURD).

"Vivía desesperado cuando llegué a la Iglesia Universal. Bebía mucho (alcohol) y tenía problemas de salud. Mis piernas estaban siempre hinchadas (...). Iba tanto a la Iglesia Católica como a un "terreiro" de benzedeira (sic)" (Soltero, 35 años, vendedor de helados; ocho meses de IURD).

Los estudios de las motivaciones que actúan por detrás de las acciones humanas llevó a Abraham Maslow a jerarquizar las necesidades humanas. Mientras, no debemos olvidarnos que las maneras de atender las necesidades humanas son construcciones culturales, así como también lo es la propia génesis de esas necesidades y deseos.

La religión es una forma de cultura en la medida en que participa del esfuerzo de reducir inseguridades, compensar la impotencia humana y reducir las frustraciones delante de la escasez y de la distribución de recursos, de acuerdo con Thomas O'Dea (1969:14,15). Por otra parte, la sociedad también actúa culturalmente, creando o despertando en las personas deseos y necesidades complementarias, sobre las cuales la propaganda religiosa actúa con mucha eficiencia, trayendo a luz deseos sepultados en el inconsciente, insatisfechos, nuevas necesidades, ofreciendo y adaptando tales elementos a la situación de los destinatarios de su mensaje.

Las propuestas de vida que la IURD les da a los fieles acompañan también la jerarquía de Maslow, pues está la distribución de alimentos, las promesas de cura física y mental, cosas que atraen personas necesitadas. Ella hace señas hacia los inseguros de una sociedad con rápidos cambios sociales por medio de la teología de la prosperidad y con la idea de un Dios que da seguridad psíquica y espiritual, capacitando a las personas para enfrentar cambios.

La comunidad de los que participan de los cultos da IURD, aún segmentados por intereses, o tal vez por causa de sus mecanismos de clasificación del público, ofrece un ambiente para el desenvolvimiento

de sentimientos de pertenencia. En las declaraciones anteriores aparecieron por lo menos dos casos – la superación de la soledad por medio del descubrimiento de amigos o de la novia– como consecuencia de la participación en los cultos de esa Iglesia.

### **3. El marketing: una herramienta de expansión y supervivencia en el campo religioso**

Es preciso que la discusión sobre los fenómenos religiosos aquí caracterizados como neopentecostales - el caso de la IURD - sea más amplia que un simple planteo sobre la venta, la mercantilización o la charlatanería, tal como la presentan los medios de comunicación. Marketing es mucho más que simplemente vender, pues envuelve el conocimiento del mercado, su segmentación y la adopción de una mirada que incluye el punto de vista de los clientes.

El marketing, inclusive el religioso, procura no sólo estudiar sino también facilitar la intervención en los procesos de trueque, influenciando y alterando el comportamiento de los seres humanos envueltos en esa situación. La definición ofrecida por Philip Kotler (1980: 31) es clásica: “Marketing es la actividad humana dirigida a la satisfacción de las necesidades y deseos, a través de los procesos de trueque”. Por tanto, marketing es un conjunto de conocimientos y herramientas que tienen por tarea coordinar, planear y controlar el proceso de concretización de los objetivos de una organización. Así, según Philip Kotler (Idem, 20, 37 y 38), toda la organización para “sobrevivir y tener éxito, debe: 1) atraer recursos suficientes, 2) convertir esos recursos en ‘productos’, servicios e ideas, y 3) distribuir esos ‘productos’ a varios públicos consumidores”.

Para Max Weber (1991: 43, 44), el trueque es “un compromiso de intereses entre los participantes por el cual se entregan bienes o posibilidades como retribución recíproca”. Por lo tanto, “toda oferta [está] basada en un acuerdo formalmente voluntario, de utilidades actuales, continuas, presentes o futuras, de cualquier naturaleza, contra determinadas contraprestaciones de cualquier especie.”

Por otro lado, hay un elemento que complica este proceso de trueque y es el conflicto por el poder controlador del mismo. Eso exige la aparición de asociaciones reguladoras de la acción de los individuos y de sus relaciones en situaciones de intercambio. Para Weber



(1984: 699), la cuestión del poder se hace presente en el canje cuando alguien quiere imponer la "propia voluntad en una relación social, aún contra resistencias" existentes. Las organizaciones comerciales, religiosas o políticas son instituciones que hacen de la continuidad de las relaciones de intercambio su meta principal y para que eso se concrete, buscan establecer reglas "legítimas" a fin de que los trueques sean pacíficos, permanentes y no resultantes de la violencia.

Según Weber, la racionalidad se hace presente en todas las etapas y el dinero aparece entonces como un intermediario en ese proceso, pues a él se le reserva la tarea de "hacer surgir una relación comunitaria gracias a las relaciones de intereses reales entre los interesados (...)". Para él existe mercado cuando hay "una pluralidad de interesados que compiten por oportunidades de trueque", concepto desarrollado por Pierre Bourdieu (1982: 99ss) en sus nociones de "mercado" y "economía de bienes simbólicos".

En esas afirmaciones sobre el papel de la racionalidad podemos fundamentar el argumento de que una organización orientada para el mercado no desenvuelve tentativas quijotescas de establecer canjes con todas las personas, ofreciendo mensajes, "productos" y servicios aleatoriamente. Muy por el contrario, sus estrategias son cuidadosamente planeadas pesándose en cada trueque los intereses de las diversas capas sociales, lo que genera una adecuación de sus "productos" a intereses asimétricos debidamente segmentados.

En la práctica, el marketing ha sido empleado tanto para la expansión de una organización como para la conservación de su clientela. Tales procesos ocurren gracias a la articulación entre medios y fines, objetivos y estrategias, todos posibles de medición y planeamiento. La finalidad última es la obtención de los resultados esperados y la movilización de todos los recursos para realizarlos con eficiencia y eficacia.

Las estrategias de marketing presuponen que el consumidor es un elemento activo y dinámico y está en constante cambio, exigiendo siempre de los productores una flexibilidad organizacional que favorezca una rápida atención de sus carencias y deseos. Es así que se consigue facilitar el planeamiento de las acciones productivas, maximizar la distribución, darle una dirección a la propaganda y atender, racional y rápidamente, las demandas que surjan.

#### **4. El marketing de la Iglesia Universal del Reino de Dios un estudio de caso**

El origen y expansión de la IURD ocurre en un momento singular de la historia del comportamiento religioso de Occidente. Es cuando se deja de lado el énfasis en el "producto religioso" acabado, pulido por la tradición, refrendado institucionalmente, como los dogmas, ritos y teologías, para pasar a centralizarse en las necesidades del "consumidor", aquí entendido como un laico poco o altamente envuelto con las actividades religiosas. Ese movimiento que resultó en el surgimiento del neopentecostalismo, viene de larga data y se cristalizó no sólo en la forma de denominaciones religiosas, sino que también se instaló en el interior de antiguas iglesias, denominaciones y sectas, provocando tensiones, adaptaciones y procesos dispares de institucionalización.

Por detrás del movimiento neopentecostal de la IURD y también de otros, está la tendencia a construir mecanismos que garanticen la expansión y sobrevivencia institucional, que se expresan en la necesidad de satisfacer los deseos y exigencias del público-objetivo. Ese conjunto de estrategias llevó a la IURD a distanciarse rápidamente de aquellas pequeñas iniciativas –en verdad, movimientos de "artesanía religiosa"–, que se instalaban en el mismo suelo fértil de los suburbios de la ciudad de Río de Janeiro, en el final de los años '70.

Sin duda, esa iglesia consiguió aún más que otros movimientos congéneres, uniformizar bienes religiosos adecuados a cada segmento y transformar a las personas en participantes del proceso de producción. Justamente, esa participación relativa en el proceso productivo es lo que permitió el establecimiento de una diferenciación entre los "productos" ofrecidos por la IURD y los demás competidores y, al mismo tiempo, controlar el proceso de realización de nuevos bienes.

#### **Los "productos"**

En un análisis de las estrategias de marketing, por lo general se valorizan las cuatro "P": "producto", "punto de ventas", "promoción" y "precio". Sin embargo, la aplicación de ese punto de referencia al marketing de las organizaciones no-lucrativas, en especial las religiosas, exige una inevitable adaptación de esas herramientas de trabajo, pro-

venientes del marketing empresarial, cuyo objetivo es el lucro monetario.

Kotler (1980: 224) considera que producto es "cualquier cosa que pueda ser ofrecida a un mercado para satisfacer una necesidad". E incluye en el mismo: "Objetos físicos, servicios, personalidades, lugares, organizaciones e ideas".

En las organizaciones religiosas esos productos son llamados "ministerios", "programas", "servicios", "trabajos", "cultos" y se expresan en himnos, liturgias, jingles, spots, relatos de milagros, oraciones; en fin, en todo aquello que puede ser distribuido en un templo o por intermedio de un vehículo de comunicación de masas, cuando es usado por la iglesia –en el caso de la IURD son emisoras de radio y de televisión–.

Pero, ¿qué es lo que una persona procura cuando se dirige a un templo de la IURD? ¿Será un producto o la satisfacción de deseos y necesidades? Por lo general, procuran un beneficio, que según Marcos Cobra (1993: 182) es todo aquello "que las personas quieren que él sea". Ese énfasis en los deseos del consumidor abre camino para que notemos algunas características importantes del producto "vendido" por la religión a su "clientela".

Theodore A. Levitt (1988: 91) creó algunas categorías para clasificar los "productos", colocando en primer lugar los productos genéricos formados por el principal beneficio esperado por el consumidor y que en este caso son las "bendiciones de Dios". En segundo lugar, Levitt colocó que el producto genérico es desdoblado en productos específicos o esperados. En este caso son las "curas", "prosperidad", "éxito", "comunidades de apoyo", bienes obtenidos según la creencia de la IURD gracias a la frecuencia al templo y al pago de las promesas y sacrificios, o sea a las contribuciones financieras.

Una tercera categoría empleada por Levitt es la del producto ampliado, formado por la suma de ventajas adicionales agregadas al producto genérico. En la IURD se agrega a la cura del cuerpo el cuidado con la estética, la adquisición de mejores posturas, la eliminación de vicios, el consumo de "productos" apropiados para la belleza y el desarrollo corporal, viajes y excursiones; la prosperidad, un empleo que proporcione mejores salarios de preferencia en la condición de jefe o micro-empresario y así sucesivamente.

Por eso mismo, hay un producto potencial, esto es aquel que extrapoló las finalidades originales y encontró otras utilidades. En los

cultos de la IURDs, la ofrenda de algunos símbolos universales como el agua, pan, vino, aceite u óleo, empleados a veces para provocar curas, exorcismos, prosperidad material o alejamiento de demonios, son ejemplos de lo que acabamos de afirmar.

En todos esos "productos", encontramos la presencia de un punto de referencia fijo que permea toda la predicación de la iglesia y expresa una temática básica que subsiste bajo todas las formas de publicidad. Por tanto, cada producto de la IURD, no obstante formar parte de una "familia de productos" es una especie de iceberg que apunta hacia una visión de mundo consustanciada en un grupo de ideas centradas alrededor de la expresión "Cristo salva, cura y hace prosperar a los que lo aceptan en la Iglesia Universal del Reino de Dios".

El producto básico es una idea que se hace operable por intermedio del despertar de la fe, hecho posible de suceder, principalmente en los templos, donde todos los ritos ofrecidos tienen como objetivo activar en los individuos sentimientos que ya estaban presentes pero no siempre eran capaces de generar actitudes y comportamientos. Son sentimientos tales como el optimismo, la esperanza, seguridad de solución para todos los problemas, pensamiento positivo y la disposición de luchar y vencer.

En rigor, en el universo del discurso de la IURD no hay "productos" nuevos y sí formas diferenciadas de "manufacturar" y exponer antiguos "productos", cuya distribución no es monopolio de esta o aquella iglesia o agencia religiosa. Esa gran línea de "productos" vincula lo mágico y lo común en la religiosidad popular a "productos" típicos de la post-modernidad que enfatizan el bienestar psicológico y social de los individuos. La diferencia está en la habilidad de la propaganda en combinar lo "viejo" con lo "nuevo", permitiendo la construcción de puntos de unión de la magia y la religión, del pentecostalismo con las antiguas formas de religiosidad cristiana o no-cristianas, aún vivas en América Latina.

Al ejercer la función de pastor del templo local, el pastor de la IURD crea un clima propicio en el cual el "producto" inicialmente planeado por los obispos, coordinado por Edir Macedo, el principal de todos, recibe el acabamiento final. Eso, primero por medio de la conducción del espectáculo de la fe y después en el interior de cada fiel en quien se funden las características del producto con sus necesidades interiores.

## **Las necesidades y deseos**

No hay estrategias de marketing sin el reconocimiento de la sazón y mutabilidad histórica de las carencias humanas así como de un esfuerzo para una mejor adecuación de los bienes y "productos" a las necesidades del público-objetivo y a la aceptación de que es posible interferir en los procesos de búsqueda de soluciones para determinadas demandas.

Pero, ¿qué es necesidad? Por lo general, se usa ese para designar todo aquello que es tenido como fundamental para el bien-estar de un ser humano. La privación de uno de esos elementos causa desequilibrios y tensiones, provocando medidas destinadas a superarlas.

Las "mega-iglesias" y las nuevas agencias distribuidoras de bienes religiosos, entre las cuales está la IURD, con templos de capacidad superior a las cuatro mil personas, acumulan un poder financiero mayor, experimentan una centralidad administrativa más eficiente que las organizaciones "para-eclesiásticas" y un dinamismo hasta entonces inexistente en las iglesias tradicionales.

En ese sentido, la aparición de esas instituciones religiosas se relaciona con la adopción de innovaciones importantes en las formas de distribuir el "producto religioso". Tal vez, la imagen del templo como un shopping center con sus callejuelas separando las áreas de servicios y los días de "promoción" sea una buena metáfora para ejemplificar semejante cambio en las estrategias empleadas en los procesos de distribución de los "productos" religiosos. Es significativa la afirmación de un pastor de la IURD: "Si Ud. quiere comprar carne, va a la carnicería; remedios, va a la farmacia; bendiciones, curas y milagros, va a la iglesia".

Las instituciones nacen de la imperiosa exigencia de atención de las necesidades humanas porque las necesidades insatisfechas impulsan a las personas en dirección a nuevos "gurús" y otras promesas de soluciones. Además, las necesidades no satisfechas tienden a agravarse en la medida en que nuevas carencias invaden el campo de la conciencia y se superponen a aquellas que ya estaban acumuladas. Frecuentes y constantes frustraciones pueden provocar movimientos de carácter revolucionario, mesiánico o milenarista, centrados en promesas sobre la aproximación de una era de abundancia. Y de que hay una "tierra de la que fluye leche y miel", abierta a pocos elegidos reclutados entre los

que sufren de carencias diversas y que, por eso mismo, pasan a vivir motivados por la esperanza de días mejores.

### **Canales de distribución**

A esta altura tenemos que preguntar por las maneras como los "productos" de la IURD, acompañados del slogan "pare de sufrir", llegan hasta las personas necesitadas. O sea, ¿cómo se da la distribución y qué tipo de intermediarios operan en el curso de ese proceso? El templo es uno de los elementos importantes en ese esquema de distribución. Pero ellos no son apenas una "agencia distribuidora" porque las personas que vienen a él para recibir curas de sus aflicciones encuentran allí pequeñas comunidades, articuladas por intereses segmentados que satisfacen el instinto gregario y forman comunidades de consumo dirigido. En ese sentido, las comunidades neopentecostales, antes de ser "comunidades de ideas", como propone Jean-Pierre Bastian (1994) para las 'minorías religiosas' típicas del protestantismo histórico en América Latina, son "comunidades de consumo de bienes simbólicos".

La fidelidad al templo, como "el local de distribución", es resaltada siempre en los momentos de testimonio, espacios de fabulación y relatos de milagros. En él hay fieles que hacen referencia al precio que pagaron en términos de esfuerzo personal o contribución financiera para el mantenimiento del templo o expansión de la iglesia.

Pero, ¿el "producto" distribuido es el bien percibido y deseado por el comprador? No nos podemos olvidar que hay mecanismos de apreciación de los objetos, de formación de los hábitos y deseos de compra, vinculados al imaginario social, depósito de donde el consumidor saca elementos que proveen ideas y ofrecen estímulos para la acción. Es justamente ese recurrir al imaginario lo que apunta hacia la continuación de los mecanismos de percepción de un fiel de la IURD en relación a aquellos que esperan milagros en los "terreiros" de las religiones afro-brasileñas o en los santuarios del catolicismo popular.

La distribución de los "productos" made Iglesia Universal es hecha por intermedio de los medios de comunicación de masas, radio, televisión, revistas, periódicos y, especialmente, por su red de templos. La misma en el Brasil superó la marca de los dos mil cien "puntos de venta". Con todo, ésa, como toda distribución, es afectada por las características del canal elegido. Por ejemplo, el producto ofrecido en los medios (principalmente radio y TV) es presentado de una forma más ex-

traordinaria que en el templo. Sobre todo porque la televisión y la radio operan con emociones y expectativas diferentes de aquellos sentimientos despertados en una enorme concentración "de fe y de milagros". En los medios los "productos" son estandarizados y uniformizados, embalados para el consumo en masa, mientras que en los templos, al lado del espectáculo de masas está el marketing de relacionamiento personal, insustituible cuando se trata de "productos" religiosos.

El monopolio del proceso de distribución por parte de la dirección de la IURD facilita la unificación de los procedimientos y la administración del comportamiento de los agentes por medio de la imposición de patrones semejantes para las actividades del culto. Y también por la implantación de condiciones propias de "venta" y política de "precios", delimitación territorial del templo y procedimientos en relación a la competencia en el "mercado religioso" local.

Se ha aplicado con éxito en la IURD la idea de que todos son "promotores de venta" del "Reino de Dios" y no sólo los obreros, pastores y obispos. Eso permite que se envuelva un gran número de propagandistas convencidos, así como la formación de un cuerpo externo de "ventas", reclutado, activado y preparado por medio de un eficaz proceso de marketing interno. Así, las personas son dinamizadas y funcionan como un brazo externo, realimentando continuamente el flujo de personas a los templos.

### **Precio y sacrificio**

¿Cuál es el precio de los "productos" distribuidos por la IURD? En el "mercado" religioso los laicos ofrecen al cuerpo de especialistas, fuerza, autoridad y remuneración a cambio de predicación y cura de las almas. Para que esa economía funcione y se establezcan precios atractivos, es preciso que ambos lados – "vendedor" y "comprador" – compartan una cantidad de semejantes categorías de percepción y evaluación. ¿En el análisis económico de los bienes simbólicos deben entrar tanto el valor de cambio como el de uso? ¿Será la economía de los bienes simbólicos, sobre todo de los "bienes religiosos", una "economía de cosas sin precio"?

Más aún, el término "precio" es una palabra muy significativa en el vocabulario cristiano. Por lo general, se emplea "precio" para indicar que las relaciones entre el hombre y Dios no tienen precio, pues están fundadas en la gratuidad del acto de dar y recibir. Por otro lado,

en el medio religioso-cristiano, "precio" recuerda a mercantilización o transacción envolviendo dinero, en especial en las iglesias originadas en la Reforma del siglo XVI, que enfatizan la salvación como algo gratuito, merced al sacrificio vicario del Hijo de Dios en la cruz y que, por eso mismo, ningún otro sacrificio sería requerido de los hombres.

Paralelamente, las instituciones religiosas y sus agentes viven una contradicción al situarse en una doble dimensión: la del universo económico y la de un subuniverso antieconómico cuya teología valoriza la gracia y niega la economía. Bourdieu (1996: 109ss) recuerda que "la iglesia es también una empresa económica (...) que sólo puede funcionar como funciona porque no es verdaderamente una empresa, porque se niega como empresa". Así, esa negación es permanente y se efectiviza por medio de un lenguaje de eufemismos. La "verdad económica, o sea el precio, debe ser escondida, activa o pasivamente o deja vaga (...); se apoya en el tabú de la explicitación (...)".

¿Cómo aparecen esas cuestiones en el discurso y en la práctica de la IURD? Ante todo es preciso observar que el tabú de la explicitación es débil en el pentecostalismo, en general. Es una religión que habla mucho de dinero y, en modo abierto, en lo que se refiere a la presentación de una contra-oferta a Dios, por causa de su "gran dádiva" dada a los hombres – su hijo Jesucristo. –Macedo (1993: 75, 79) es bien claro cuando afirma: "La ley de dar para recibir no es solamente física, sino también una ley espiritual" y ni el mismo Dios "escapó de esa ley cuando dio a su propio hijo (...)". Por lo tanto, "dar el diezmo es ser candidato a recibir bendiciones sin medida (..)". Ese es el precio a ser pagado por los "candidatos a bendiciones divinas".

Todo precio es una medida relativa de valores, atribuido a un determinado producto y que puede ser visualizado por medio de los valores materiales o de otras formas de representación del esfuerzo desprendido para conseguir la satisfacción de determinadas necesidades. El precio que se deberá pagar por su satisfacción dependerá del concepto que el cliente tiene del valor pues, como nos recuerda Drucker (1975: 91), "el precio es solamente una parte del valor".

Pero la referencia al "precio" de un "producto" religioso vuelve las cosas un poco más complicadas, puesto que estamos lidiando con un "producto" intangible. Y su "precio" dependerá en gran parte de la reacción y las actitudes del "consumidor" y también de la capacidad de los "vendedores" en convertir bienes espirituales y servicios religiosos



en moneda. Eso es hecho con más éxito cuando los "vendedores" consiguen hacer tangible justamente los aspectos intangibles del "producto". El "precio" de un "bien de salvación" es fijado tanto por la agencia que lo distribuye como por la reacción de la "clientela". La IURD adopta un criterio ya existente en el mercado religioso y establecido por la sociedad occidental. O sea que la determinación del precio sobre bases monetarias y la creencia de que el objeto del deseo – aquí, las bendiciones – es alcanzado por medio del sacrificio de "frecuentar la iglesia" y participar de las "cadenas" y "campañas".

Es por ese motivo que el diezmo se vuelve la piedra de toque de todo este proceso de monetarización del sacrificio, pues facilita la transacción entre ambas partes mientras esconde por detrás de la aparente igualdad de condiciones una fundamental distorsión de "precios". Eso porque un diez por ciento de los ingresos es mucho más sacrificio para los asalariados cuyas rentas se sitúan alrededor de lo que en el Brasil y otros países equivalentes serían tres salarios mínimos mensuales que la misma tasa para quien gana más de veinte de esos salarios.

Al contrario de lo que afirman los pastores, el diezmo no nivela a los contribuyentes justamente porque coloca sobre el donante pobre un tributo que compromete una parcela importante de una renta por sí sola ya insuficiente hasta para la alimentación familiar. El sacrificio impuesto a aquellos que tienen salarios más altos implica tan sólo una posible reducción de consumo de bienes considerados "de lujo".

Por eso, suena como algo extremadamente injusto a quienes no participan de esa lógica del sacrificio monetario –sobre todo a los medios de comunicación seculares–, escuchar de los pastores de la IURD que después de pedir que las personas den para Dios todo lo que tienen en el bolsillo en ese momento, incluso hasta el dinero para el transporte que los llevaría de regreso hasta la casa, afirmar: "Ud. va a volver a casa a pie, pero lo hará sabiendo que Dios está contento con su sacrificio e irá a recompensarlo por eso".

Esa perspectiva queda bien clara en afirmaciones de Macedo (1993:passim), que nos indican la manera en que esa iglesia encara el "producto" y el "precio" a ser pagado por el fiel como candidato a recibir las bendiciones de Dios:

"Decídase ahora mismo. Diga adiós a las enfermedades, a la miseria y a todos los males; tenga un encuentro con Dios y asuma nuevamente su posición en la familia de Dios (...). La vida abundante que El,

por su gran amor, nos garantiza a través de Jesucristo, incluye todas las bendiciones y provisiones que necesitamos o aún aquellas que vayamos a desear (...). No pierda la oportunidad de ser socio de Dios. Colóquese a su disposición con todo lo que Ud. tiene y comience a participar de todo lo que Dios tiene (...). El dinero es una herramienta sagrada usada en la obra de Dios (...). El dinero, que es humano, debe ser nuestra participación, mientras que el poder y los milagros, que son divinos, son la participación de Dios (...). Dar el diezmo es candidatizarse a recibir bendiciones sin límites (...). Cuando le pagamos el diezmo a Dios, El queda en la obligación de cumplir con Su Palabra".

Teóricamente, la Iglesia Universal (IURD, s/d.: 49,50) afirma que no es obligatorio que el miembro sea diezmero. Pero en la práctica, serlo es la mejor prueba de que alguien de hecho se convirtió.

Notemos el aspecto ambivalente del lenguaje de la IURD y la adopción de una lógica capitalista que considera la dádiva material como una forma privilegiada de expresión de los sentimientos, valores entregados a una institución que se presenta como el representante de lo divino en la Tierra.

El precio que hay que pagarle a Dios se relaciona también con los énfasis de la llamada "teología de la prosperidad". La falta de éxito financiero y material en la vida es vista como resultado de la acción demoníaca. El diablo es el "devorador", simbolizado en la retórica de la iglesia por la langosta cuya plaga aterrorizaba a los antiguos hebreos.

El no-pago de la deuda con Dios, contraída individualmente en función de un "contrato" inmemorial, vuelve al fiel que tiene conocimiento de eso un candidato a la miseria, al desempleo, al exceso de trabajo y poco éxito y, sobre todo, a las enfermedades. La ruptura de este círculo vicioso se da por medio del pago de la parte humana de la deuda, o sea de la entrega de los diezmos. Esto debe ser hecho de una forma generosa, según se lee en algunos sobres de contribución en esa iglesia: "Dios ama a quien da con alegría".

Pero a despecho de todas las críticas de los medios de comunicación, los fieles de la IURD no se apartaron de la misma – al menos no en la proporción deseada por sus adversarios–. Por el contrario, esa adhesión se ha vuelto aún más fuerte aún en aquellas ocasiones en que la opinión pública ha sido bombardeada por campañas de "esclarecimiento" de la Red Globo contra las "sectas que explotan al pueblo no-avisado".

## Conclusión

La vinculación entre marketing y religión en la práctica religiosa neopentecostal de la IURD introdujo entre nosotros algunos ingredientes y estrategias responsables de nuevos brotes de expansión y dinamismo del campo religioso. Queremos resaltar, a modo de conclusión los siguientes puntos:

- El descubrimiento de oportunidades de mercado y cálculo de su potencial para planificar nuevas oportunidades, como los casos de la Iglesia Renacer en Cristo –en el Brasil – y Willow Creek Community Church – en los Estados Unidos.
- La segmentación del mercado por medio de una clasificación de las personas de acuerdo con sus necesidades físicas, espirituales, psicológicas, comportamiento religioso y beneficios deseados. Eso hace que la heterogeneidad de la demanda sea relativizada por medio de la separación de los auditorios, favoreciendo la selección de los segmentos objetivos y la reacción homogénea de la demanda alrededor de este o aquel producto.
- Presentación de "productos" simbólicos unificados, adaptables a los diversos segmentos, posibles de reelaboración según las necesidades de cada uno, lo que genera un equilibrio entre unificación y personalización del producto ofrecido.
- Desarrollo de una retórica apropiada para diferenciar un "producto" de otros similares presentados por la competencia y ofrecer al segmento blanco "productos" aumentados, "ofreciéndole más de lo que él piensa necesitar o de lo que se acostumbró a esperar", según las palabras de Theodoro Levitt (1988: 150).
- Tomar en serio las necesidades del "comprador", innovando continuamente el perfil del "producto" y los mecanismos de distribución.
- Insistir en el uso de vehículos apropiados para la difusión en masa de los "productos" típicos de su marca, reelaborando en forma permanente las estrategias, pues, como afirman Al Ries y Jac Trout (1989: 203), "marketing es una serie de batallas" cuyo "truco consiste en vencer más batallas que su competidor".
- Inhibir e desestimular perspectivas críticas en relación a los propios "productos", mientras en su propaganda y vehículos se

fustigan a las demás agencias y "productos" competidores en el mercado.

- Evitar el crecimiento de los imitadores, disidentes y descontentos internos que eventualmente se puedan apropiarse de parcelas de los lucros simbólicos acumulados.

De esta manera, por todo lo que fue presentado, afirmamos que la Iglesia Universal del Reino de Dios se volvió un campo excepcional para la observación del modo como un movimiento religioso puede permanecer dinámico y crecer continuamente gracias a las estrategias de marketing. Eso, en un ambiente que al principio parecía que le era desfavorable por la hegemonía ejercida sobre el mercado de bienes religiosos por grupos ya tradicionalmente instalados en el campo religioso.

## **Bibliografía**

- ASSMAN, Hugo e HINKELAMMERT, Franz J.  
1989 A idolatria do mercado: Ensaio sobre economia e teologia, Petrópolis, Vozes.
- BARNA, George  
1994 O Marketing na Igreja, 2ª Ed. Rio de Janeiro, JUERP.
- BASTIAN, Jean-Pierre  
1994 Protestantismos y modernidad latinoamericana: Historia de unas minorías activas en América Latina, México, Fondo de Cultura Económica.
- BASTIAN, Jean-Pierre  
1997 La mutacion religiosa de América Latina: Para una sociología del cambio social en la modernidad periférica, México, Fondo de Cultura Económica.
- BERGER, Peter L. & Thomas Luckmann  
1966 Secularization and pluralism, International Yearbook for the Sociology of Religion.
- BERGER, Peter  
1963 A market model for the analysis of ecumenicity, Social Research, Spring.
- BERGER, Peter  
1993 A far glory: The quest for faith in an age of credulity, New York, Doubleday.

- BERGER, Peter e Thomas Luckmann  
1967 Aspects Sociologiques du Pluralisme, in Archives de Sociologie des Religions, n. 23.
- BERGER, Peter  
1974 El dosel sagrado: Elementos para una sociolog3a de la religi3n, Buenos Aires, Amorrortu.
- BERGER, Peter  
1985 O dossel sagrado: Elementos para uma sociologia da religi3o, Sao Paulo, Paulinas.
- BOURDIEU, Pierre  
1996a A economia das trocas lingüísticas, S3o Paulo, Edusp.
- BOURDIEU, Pierre  
1982 Economia das trocas simb3licas, 2º ed. S3o Paulo, Perspectiva.
- CAMPOS, Leonildo Silveira.  
1995 Protestantismo hist3rico y pentecostalismo en Brasil: Aproximaciones o conflicto, en GUTIERREZ, Benjamin. F. (editor), En la fuerza del Esp3ritu: Los pentecostales en Am3rica Latina, un desaf3o a las iglesias hist3ricas, Guatemala, AIPRAL/CELEP.
- CAMPOS, Leonildo Silveira  
1997 Teatro, templo e mercado: Organiza3o e marketing de um empreendimento neopentecostal, Petr3polis-S3o Paulo, Vozes-Simp3sio-UMESP.
- COBRA, Marcos  
1993 Marketing competitivo, S3o Paulo, Atlas.
- DEMETATH III, N.J.; HALL, Peter D.; SCHMITT, Terry; WILLIAMS, Rhys H.  
1998 Sacred companies: organizational aspects of religion and religious aspects of organizations, New York, Oxford University Press.
- DRUCKER, Peter  
1995 Administra3o de organiza33es sem fins lucrativos: Princ3pios e pr3ticas, 3ªed. S3o Paulo, Pioneira, Vanzolini.
- DUMONT, Louis  
1993 O individualismo: uma perspectiva antropol3gica da ideologia moderna, Rio de Janeiro, Rocco.
- EKELUND, Robert B.; HEBERT, Robert F.; TOLLISON, Robert D.; ANDERSON, Gary M.; DAVIDSON, Audrey B.  
1996 Sacred Trust: The Medieval Church as an Economic Firm, New York, Oxford University Press.
- FLIPO, Jean-Paul  
1984 Le marketing et l'eglise, Paris, Cerf.
- HERVIEU-L3GER, Dani3le  
1993 La religion pour m3moire, Paris, Cerf.

- HINKELAMMERT, Franz J.  
1991 Sacrifícios humanos y sociedad occidental: Lucifer y la bestia, San Jose, DEI.
- HINKELAMMERT, Franz J. & ASMANN, Hugo  
1989 A idolatria do mercado: Ensaio sobre economia e teologia, Petrópolis, Vozes.
- KOTLER, Philip, in Norman Shwchuck, Philip Kotler, Bruce Wrenn, and Gustave Rath  
1992 Marketing for congregations: Choosing to serve people more effectively, Nashville, Abingdon Press.  
1988 Marketing para organizações não-lucrativas, São Paulo, Atlas.
- LE GOFF, Jacques  
1991 Mercadores e banqueiros da Idade Média, São Paulo, Martins Fontes.
- LEVITT, Theodoro  
1988 A imaginação de marketing, São Paulo, Atlas.
- MACEDO, Edir  
1993 Nos passos de Jesus, Rio de Janeiro, Gráfica Universal.
- MADURO, Otto  
1981 Religião e Luta de Classes, Petrópolis, Vozes.
- O'DEA, Thomas F.  
1969 Sociologia da religião, São Paulo, Pioneira.
- PALEARI, Giorgio  
1992 O Deus fragmentado: Religiões e condições de vida em camadas de baixa renda, São Paulo, PUC, (Tesis de Doctorado).
- PARKER, Christian  
1993 Otra lógica en América Latina: Religión popular y modernización capitalista, México, Fondo de Cultura Económica.
- PIERUCCI, Antonio Flávio; PRANDI, Reginaldo  
1996 A realidade social das religiões no Brasil, São Paulo, HUCITEC.
- RIES, Al e Jack Trout  
1989 Marketing de guerra II, São Paulo, McGraw-Hill.
- SANTA ANA, Julio de  
1989 O amor e as paixões: Crítica teológica a economia politica, Aparecida do Norte, Santuário.
- SHAWCHUCK, Norman. P.Kotler, Bruce Wrenn e Gustave Rath  
1992 Marketing for congregations - Choosing to serve people more effectively, Nashville, Abingdon Press.
- THOMAS, Keith  
1991 Religião e o declínio da magia, São Paulo, Companhia das Letras.
- WEBER, Max  
1991 Economia e sociedade, (v.1), Brasília, UnB.

- 1984 *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica.  
Tradução para o Espanhol – Eduardo Panick – doutorando da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo.
- 1998 Texto apresentado no Forum I-2 – "Religiones en America Latina Hoy" - II Congreso Europeo de Latinoamericanistas – "America Latina: Cruce de culturas y sociedades. La dimension histórica y la globalizacion futura"; HALLES, Alemanha, del 4 al 8 de septiembre.





# CONFLICTOS ENTRE EL DISCURSO CRISTIANO UNIVERSALIZANTE Y EL CAMPO RELIGIOSO FRAGMENTADOR

*Marion Aubrée*

Antropóloga - C.R.B.C./EHESS - Paris

## Resumen

Esta ponencia presenta brevemente, en primer lugar, las principales tendencias de los estudios sobre pentecostalismo en América Latina y su dinámica en los veinte últimos años; después, el texto trata de los conflictos existentes entre el discurso universalizante inherente al universo cristiano y la fragmentación que se observa en la actualidad en este mismo universo. El análisis está hecho a partir de ejemplos tomados en los universos pentecostal y neopentecostal brasileños.

Durante casi toda su historia y hasta hoy en día, por lo menos en ciertos de sus segmentos, la sociedad occidental desarrollóse alrededor de la idea que sus referencias técnicas y socio-culturales eran las mejores y, por ende, válidas para el conjunto de la humanidad. De esto decorrió un afán incesante en conquistar nuevos pueblos y transmitirles sus varios conocimientos e ideas sobre la vida y la naturaleza para, decían, "civilizarlos" a partir de los valores de la cultura occidental. Esto fue hecho la mayor parte de las veces a la fuerza y, en algunos casos, con intenciones humanísticas pero siempre partiendo de una visión absolutista y etnocéntrica de la verdad, considerada como única, y así –mismo que inconscientemente– tentando destruir las culturas ajenas para reducirlas a su propia visión de mundo que se pensaba era la "verdadera" y, por consiguiente, valdría para todos.

Sin embargo, en el propio seno del Occidente, parece que el debate filosófico entre las visiones universalizante y particularista tomó un lugar importante desde que tenemos testimonios de este debate, o sea desde los pensadores griegos, siendo que el universalismo guardó

siempre una preponderancia total sobre la otra visión hasta, por lo menos, los años 40 de nuestro siglo. En antropología, desde la formación autónoma de esta disciplina, en cuanto ciencia social, por oposición a la antropología física del siglo XIX, o sea a partir de los años 1920/30, los modelos epistemológicos no dejan de oscilar entre el universalismo y el culturalismo o relativismo cultural. Por otra parte, son los antropólogos quienes, en razón de la especificidad de su trabajo en sociedades ajenas, desarrollaron probablemente el mayor esfuerzo para tentar no reducir la diversidad humana que observaban a un modelo único que sería occidental, al mismo tiempo que afirmaban, en su mayoría, el valor universal de toda y cualquier producción cultural.

Hoy en día nos encontramos frente a una situación en la cual la aceptación de la diversidad es constitutiva del discurso democrático que se difunde en el mundo entero en cuanto el empeño práctico del "sistema-mundo" está imponiendo cada vez más a todos los pueblos un modelo tecnológico y económico que va poco a poco eliminando las especificidades materiales y produce, muchas veces la rebeldía de los que lo utilizan, esto que Roger Bastide llamaba la "aculturación formal", o sea aquella transformación de la cultura que no se contenta con añadir o rechazar uno que otro uso o costumbre sino que va modificando los contenidos de la conciencia a partir de la cual se construyen estos usos. Podríamos dar como ejemplo particular de esta aculturación formal las modificaciones que fueron necesarias para pasar de la comunitas, en el sentido de Simmel o Turner, a lo que Norbert Elias llama la "sociedad de los individuos". O todavía, para hablar de un asunto que toca más directamente nuestro tema de hoy, las transformaciones que permitieron el surgimiento en Brasil de una religión como la umbanda a partir de un substrato religioso de origen africano. Esta dimensión religiosa me parece ser una esfera donde la "aculturación formal" puede darse en una forma especialmente profunda, ya que se localiza en lo que Troeltsch llamó de "textura metafísica íntima", o sea, uno de los pilares de la construcción infantil o de la transformación adulta del ser humano, por ejemplo a través de la conversión.

En América Latina, en el plano religioso, después de tantos siglos de hegemonía católica, cuyo poderío fue apenas tocado por algunas tentativas de implantación protestante o por la llegada de los migrantes protestantes, venidos de ciertos países del norte de Europa a partir de las independencias, observamos desde el principio del siglo XX la penetración de las religiones neo-evangélicas. Esta se hizo lenta-

mente en una primera fase, pero empezó a acelerarse a partir de los años 50 para llegar a su apogeo en los años 80. Dicha explosión se debe a la corriente pentecostal que responde en la actualidad a casi 80 % de los protestantes latinoamericanos. Los estudios de ciencias sociales sobre esta forma muy emocional de relación a lo sagrado adquirieron en los diez últimos años un volumen proporcional a la enorme extensión de este fenómeno socio-religioso en todos los países del sub-continente y están dando lugar a varias interpretaciones en cuanto al impacto socio-cultural, económico y político de esta corriente neo-evangélica.

En cuanto estudiosa de las religiones en Brasil, y particularmente del pentecostalismo, desde la segunda mitad de los años 70, me parece que se debe tomar en cuenta las particularidades de cada situación histórica en la que surgió y, particularmente, las dinámicas de transformaciones rurales y urbanas que se produjeron en uno u otro país. De hecho, los análisis sobre el crecimiento inédito de las iglesias, denominaciones y sectas pentecostales registraron una dinámica tal que, si en un primer momento estos grupos aparecían para una mayoría de sociólogos y antropólogos urbanos como una forma religiosa ajena y un tanto alienante para las poblaciones pobres que se entregaban a ella, el desarrollo de muchos estudios sobre poblaciones rurales, indígenas o no, mudó bastante su significación socio-cultural en devenir. Hoy en día, estos grupos religiosos son considerados por una gran parte de quienes los estudian como una reapropiación de formas religiosas más tradicionales a través de una expresión moderna. Así, David Stoll, quién, en sus escritos de los años 80 se preguntaba, entre otras cosas, si el Instituto Lingüístico de Verano no servía para encubrir una tarea más imperialista que evangelista, publicó en 1994 un libro donde están reunidas las reflexiones de varios autores para repensar el protestantismo en América Latina bajo otro prisma analítico.

Aquí debemos también tomar en cuenta el hecho de que el propio pentecostalismo se transformó durante estos dos decenios y ciertos sectores de lo que aparecía al final de los años setenta como una "doctrina ascética dentro del mundo", según la expresión de Max Weber, pasaron a desarrollar una doctrina de prosperidad dentro del mundo en la cual los pedidos de bienes simbólicos, tradicionalmente requeridos del dios cristiano a través de la oración de sus fieles, son sustituidos por pedidos de bienes materiales en troca de muchas ofrendas cuyo valor puede ser medido dentro de un cuadro económico humano.

Esta nueva actitud es, en mi visión, lo que da su carácter más específico a la categoría llamada por los estudiosos de "neo-pentecostalismo" ya que la "cura divina" o la relación mágica con la Biblia, por ejemplo, eran prácticas corrientes en el pentecostalismo bien antes de los años 90.

Después de recordar estos varios elementos socio-históricos, voltemos al cambio de perspectiva analítica que se produjo entre los científicos sociales que tratan el asunto. Es indudable que la introducción de esta nueva forma de cristianismo en comunidades indígenas donde existe una tradición de fiestas paracatólicas como la "costumbre" no tendrá la misma repercusión que la difusión de la misma en los barrios periféricos de una grande metropolis. Ya se sabe que entre los propios grupos indígenas, varía la forma de incorporarla en función del substrato anterior de creencia vernacular como bien lo mostraron, entre otros, los estudios de Pablo Wright (con los Tobas), Anatilde Idoyaga Molina (con los Pilagas), Gilles Rivière (con los Aymaras) o Alain Ichon y Elio Masferrer (con los Totonacos). A pesar de las diferencias podemos decir que el punto de partida de esta adhesión a la forma pentecostal de devoción fue, tanto en las ciudades cuanto en las zonas rurales, el desbarratamiento o la ineficacia esclerosante de las anteriores estructuras sociales.

En la parte urbana sobre la cual trabajé específicamente, podemos decir que en un primer momento la adhesión de los individuos a las comunidades pentecostales respondió, en el nivel espiritual, a una desilusión relativamente a la institución católica que no respondía de forma adecuada a las nuevas necesidades creadas por la modernidad y, en el nivel social, a una búsqueda de comunidades menores y directamente ligadas al lugar de vida de las personas frente a las tendencias *¿masificantes?* creadas por la explosión urbana. Esto engendró, a mi ver, una primera fase en la cual la comunidad era vivida por quien se juntaba a ella como un lugar de refugio. Dicho sentimiento de protección derivaba de varios elementos objetivos proporcionados por estas comunidades. En primer lugar, el sistema de solidaridad existente entre los miembros, tanto a nivel material (distribución de comida o de ropa y construcción dentro de las denominaciones de vastas redes de oferta de empleo, interno y externo) cuanto a nivel de la reconstrucción de lazos sociales basados en una fe compartida. En segundo lugar, en tiempos de dictadura, cuando los "movimientos sociales" estaban en

reflujo en la medida en que arriscaban una represión dura por cualquier intento de protesta política, los templos representaban un lugar donde uno -y sobretodo una, porque en la época más de 75 % de la población pentecostal era del sexo femenino- podía libremente tomar la palabra, fuera de toda connotación política para expresar en voz alta los malestares de su vida cotidiana, las maravillas que Dios le había otorgado desde su conversión o sus pedidos de gracia para su familia. Todo esto contribuyó a hacer de estos grupos lo que Michel Wiewior-ka llama los "movimientos comunitarios" para distinguirlos de los "movimientos sociales" y que el mismo autor define principalmente a través, primero, del hecho que cada uno produce su identidad específica y, por otra parte, que no toman parte en los conflictos no religiosos que pueden aparecer en la sociedad englobante. Llamé esta primera fase de la adhesión de fase simbiótica. Pero a los pocos los fieles recientes integran su condición de "predestinados", o sea elegidos de Jesús (ya que es la figura del Hijo que aparece casi exclusivamente en las palabras de los conversos). Así toman conciencia de su identidad con los de dentro de la comunidad pero también de su diferencia con los de fuera y de su "superioridad" en relación a ellos. Esto genera un reforzamiento del ego y una afirmación de sí para fuera y, luego, para dentro del grupo en la medida que es importante mostrar, a los que pueden mejor entender, que Jesús no solamente los eligió, sino que sigue otorgándoles sus gracias. En el pentecostalismo las etapas de la satisfacción pasaban por la adquisición/atribución de los dones del Espíritu Santo y eran el número y la eficacia de estos dotes que fundaban la jerarquía simbólica de todos los miembros del grupo. Esta segunda etapa puede ser calificada de fase de competición. La tercera fase es reservada a los que vencieron la competición interna, los que llegan a ser reconocidos como "más santos" por sus correligionarios y, a partir de esto, ganan poder dentro del grupo de manera que pueden, eventualmente, suplantarse a quien lo tiene o, sino, separarse llevando consigo sus seguidores y formando una nueva "secta". Esta dinámica de separación fue, de hecho, una de las mayores formas de difusión y multiplicación del pentecostalismo. O sea, la reconstrucción de una identidad a partir del modelo -que tiende a universalizarse- de un individuo competitivo, supuestamente mejor adaptado al mundo global, ha llevado a estos grupos cristianos a un ciclo de fragmentación incesante entre los grupos pentecostales.

Comparemos esta actitud del pentecostalismo tradicional con los comportamientos que pueden ser observados entre los adeptos y la cúpula de la mayor representante del neo-pentecostalismo en el mundo, la Iglesia Universal del Reino de Dios. Allí la predestinación no es un dogma fundamental de la doctrina ya que cualquiera puede entrar en esta iglesia y participar de los diversos rituales sin que haya pasado por un compromiso público con Jesús. También el tamaño enorme de los grupos que la IURD consigue reunir juega en contra de un sentimiento de solidaridad susceptible de fomentar lazos sociales fuertes. Por ende, el grupo –formado de un tipo de creyentes de los cuales Danièle Hervieu-Léger dice que "se refieren antes que todo a la verdad subjetiva de su trayectoria propia de creencia"– es más difícil de encuadrar dentro de una dimensión institucional. Frente a esta labilidad de su posible clientela, los líderes de la IURD juegan dos instrumentos para fidelizarla.

Por una parte, el discurso de su líder máximo, Edir Macedo, reafirma sin parar –en sus sermones difundidos hacia las masas en vivo a los cuatro puntos cardinales del Brasil y otros países por sus programas de radio o de televisión-- los puntos-llave de la doctrina cristiana clásica, proporcionando a los que lo escuchan referencias que ellos ya conocen y que les permitirán así adquirir más firmeza. Este discurso tiene, entonces, el mismo efecto de protección simbólica que encontramos en la fase simbiótica de adhesión a una comunidad pentecostal, pero, al contrario de lo que pasa en ésta, la identificación al líder es promovida no por la proximidad sino a través de la mayor distancia existente en razón de la barrera de la máquina (radio o TV) o de la enorme masa que se congrega cuando Edir Macedo hace una palestra directamente en público. A partir de esta perspectiva, el neo-pentecostalismo puede parecer como una tentativa para reconstituir la cohesión de un amplio grupo de creyentes a través del refuerzo del carisma de un solo líder, en el cual se dan muchas de las características prestadas por Weber al profeta.

Pero el segundo elemento utilizado por la jerarquía IURD para atraer a los fieles, la famosa Teología de la Prosperidad que, según sus promotores, permite a los hombres tener exigencias y reivindicaciones para con Dios y la manera de vivir mejor en este mundo material, pues esta T. P. a su vez reactiva, de una manera diferente que la de los pentecostales, un comportamiento individualista no basada sobre el "ser"

sino sobre el "tener" (bienes que ya no son tan simbólicos sino materiales como son coche, máquina de lavar ropa, o cualquier otra pieza del confort de una casa, cuando no es la casa propia).

Vemos a través de estos ejemplos que, todas las corrientes de este neo-evangelismo emocional, cualquier a que sean las vías utilizadas, tienden a largo plazo a promover una fragmentación alimentada sea por un tipo de individualismo fundado en la competición, sea por un desarrollo de los elementos puramente subjetivos de la creencia.

Así podemos decir que por variadas que sean las formas de adaptación del pentecostalismo, todas tienen en común al Espíritu Santo, tercera persona de la Santa Trinidad cristiana, o sea un ser divino quien es pura mediación simbólica por ser presentado, en los evangelios, en cuanto "el soplo" o "la fuerza" o "el espíritu de Dios" que baja del cielo sobre ciertas personas y, por los padres de la iglesia, como "la relación entre el Padre y el Hijo". De allí decorre esta plasticidad y esta plurivalencia propia del símbolo que, me parece, explica la atracción de las personas para esta figura que, más que cualquier otra, les permite expresar su subjetividad multifacética.





# POSTMODERNISMO Y EVANGELISMO EN BOLIVIA

*Andrew Canessa*

Departamento de Sociología, Universidad de Essex,  
Colchester CO4 3SQ Reino Unido  
canessa@essex.ac.uk

## Introducción

En las últimas décadas los estados americanos han experimentado una ruptura en el tejido nacional debido a varios movimientos sociales. Como consecuencia, los americanos han tenido que repensar qué es lo que constituye la nación americana. En sí, ésto no es nada nuevo dado que es común en países en América encontrar grupos políticos que pretenden cambiar la nación, e inclusive la historia. Sin embargo, últimamente, los así llamados 'nuevos' movimientos sociales se han caracterizado por no basarse en sus propuestas políticas en ideas de clases sociales y, enfocando sus ambiciones a cuestiones más delimitadas. Entre dichos movimientos encontramos los de feministas, ecologistas, los movimientos 'gay', nuevos grupos indígenas etc. Son movimientos de una época postmodernista en la cual las certidumbres de identidades basadas en clases sociales se resquebrajan bajo tendencias centripetas. Identidades múltiples crean políticas múltiples y de ellas surgen los nuevos movimientos sociales.

Ahora bien, estamos acostumbrado a ver las CEBs y la iglesia progresista como una fuerza política y aun como parte de un movimiento social, pero son raras las ocasiones que vemos los grupos evangelistas bajo esta rúbrica. A los evangelistas les reconocen por su falta de acción política o por ser francamente conservadores. Sin embargo, una persona o grupo apolítico puede tener efectos políticos y no es una parte de la definición básica de los movimientos sociales que sean de la izquierda o progresista (Foweraker 1995:3). Los grupos evangelistas no se organizan alrededor de objetivos políticos pero sí movilizan grandes grupos de personas hacia un fin específico y, más aún, tienen como su meta principal el cambio radical de la sociedad. Aunque sus objetivos

no son claramente políticos, la movilización de tantas personas sí tiene consecuencias políticas.

Parece que la exclusión de los grupos evangelistas de la literatura sobre nuevos movimientos sociales tiene más que ver con las preferencias subjetivas (por no decir prejuicios) de los escritores sobre el tema, que con alguna dificultad intrínseca en incluir en la teoría de los movimientos sociales a los grupos evangelistas. El objetivo principal de esta ponencia no es abogar en favor de la inclusión de los evangelistas en una determinada literatura académica, sino el proponer observar a dichos grupos como un ejemplo de una tendencia general "postmoderna" en la cual la acción política de actores es distinta a lo que tradicionalmente se esperaba. Es decir, aquí propongo que la expansión del evangelismo en América Latina es parte de una serie de cambios económicos y políticos que se puede denominar el postmodernismo. Paradójicamente, el evangelismo parece rechazar el mismo postmodernismo de que surgió. Es decir, el evangelismo explícitamente rechaza el tipo de mezcla social que ha sido parte de la ideología estatal en el pasado y que en los últimos años se ha tomado como una característica central de la cultura latinoamericana (García Canclini 1993; Schwarz, 1992: 1-18) y también en otras partes del mundo que están en la periferia del capitalismo global (Hannerz 1992). Para decirlo de otra manera, en lugar de la multiplicidad de identidades, la fluidez de límites y las culturas híbridas (García Canclini 1990) que los profetas de la postmodernidad nos harían creer que están pasando inexorablemente en el mundo entero, en las montañas y altiplano de Bolivia existen grupos que explícitamente rechazan estas formas culturales, entre ellas el nacionalismo indígena y el evangelismo. Por supuesto que son ellos mismos ejemplos de hibridación y se pueden considerar como productos de la globalización de la cultura y del capital aunque sus adherentes rechazarían esta descripción. Sin embargo el punto central es que estos movimientos insisten en categorías de identidad no ambíguas y conspícuamente retan el tipo de hibridación 'establecido' y los modelos normativos de mestizaje que forman parte de las ideologías estatales de tantos países americanos.

Aquí yace una ironía porque, por supuesto, el mestizaje cultural y por lo tanto la hibridación han sido parte de la realidad social americana desde el día en que llegaron los europeos. En el campo de la religión (p.ej. MacCormack 1992) y arte (p.ej. Gisbert 1980) se crearon nuevas formas híbridas casi inmediatamente y lo mismo ocurrió en

todos los aspectos de la vida social. En este sentido la hibridad ha sido la norma por lo menos cinco siglos y en países como el Perú, Bolivia y México este tipo de hibridad se ha elevado incluso al nivel de ideología estatal durante la mayor parte de este siglo. Pero parece que justo cuando algunos académicos han descubierto la síntesis y fusión cultural, varios grupos como los evangelistas y grupos nacionalistas indígenas lo están rechazando.

Un aspecto de esta idea contemporánea de la hibridad es el desplazo cultural o espacial de significantes proporciones de la población: a través de la migración de comunidades e individuos se crean nuevas formas híbridas de la cultura. En los andes meridionales este proceso no es nada reciente. Desde hace por lo menos dos mil años la gente se ha movido por la región por razones económicas, religiosas o políticas. La ciudad del Cusco bajo el Imperio incaico era un lugar fundamentalmente cosmopolita y durante ese período miles y miles de personas transcurrían largas distancias para pagar tributo, trabajar en las minas o ciudades o para colonizar nuevas zonas para el estado. Por cierto que una de las características destacantes del patrón de asentamiento andino es el archipiélago (Murra 1972) donde se crea un territorio salpicado de una multiplicidad de etnias e idiomas.

Este patrón de migración por razones económicas y políticas continuó durante la colonia cuando la gente se asentó en las ciudades y formó una clase urbana chola pero sin romper sus vínculos culturales y económicos con sus parientes en el campo. En las palabras de (Gruzinski y Wachtel (1997:240), 'El mundo andino...era, a partir del siglo dieciseis, un teatro de enfrentamientos culturales múltiples, de intermezclas, migraciones, y entrecruces que engendraron nuevas identidades colectivas.' En este siglo el fenómeno es evidente en las ciudades como La Paz (Albó, Sandoval y Greaves 1981, 1982, 1983, 1987) y también en Cochabamba, Oruro, Potosí entre otros. Harris y Albó (1975) han demostrado la importancia de las conexiones entre mineros indígenas y campesinos en el Norte de Potosí hasta ahora en las cuales formas modernas de relaciones industriales no sólo coexisten sino dependen de las estructuras económicas y sociales más tradicionales. Otros han notado que la identidad indígena solamente se puede ver como un producto de una relación histórica con la cultura metropolitana boliviana que, a su vez, se produce a través de su relación con 'lo indio' (Abercrombie 1992). En estas y otras circunstancias la gente y sus culturas chocaron, se fundieron, mezclaron, sintetizaron y, naturalmente,

se hibridizaron. Así que podríamos esperar que en las tierras altas del norte de Bolivia, una metrópoli rodeada de un trasfondo campesino de habla aymara, nos proporcionaría buenos ejemplos de formas de culturas híbridas, ejemplos de 'teatros de enfrentamientos culturales múltiples', y efectivamente la zona nos provee muchos ejemplos de éste.

Se puede describir a los inmigrantes de habla aymara en la ciudad de La Paz y sus descendientes, o a sus parientes y los pueblos provinciales con acceso fácil a la metrópoli como 'desterritorializados' (Deleuze & Guatarri, 1972: Franco, 1996:264-5; Rowe & Schelling 1991:231), un término que no sólo se refiere al desplazamiento desde un punto de origen como es el caso de los inmigrantes a las ciudades, sino también a la "liberación" de las raíces culturales y de la filiación' (Franco 1996:265). Es precisamente dentro de este grupo donde se esperaría encontrar culturas híbridas y, por cierto, en las tierras altas del departamento de La Paz encontramos esas formas culturales que aparentemente tipifican a las culturas híbridas en América Latina: la cerámica y artesanía con ecos de temas tradicionales pero obviamente distanciadas de ellos; rituales y bailes que alguna vez tenían un significado espiritual pero que ahora se reproduce meramente como folklore (c.f. Rowe and Schelling 1991); tal como los dedicados a deidades como la Pachamama, la madre tierra, reencarnada en la madre de todos los bolivianos y celebrada en la revista de la empresa aérea nacional (Harris 1988).

O sea, los íconos de la postmodernidad, el bricolage cultural, la fluidez de identidades no son nada nuevo en los Andes y siguen aún vigentes. Sin embargo, es muy importante reconocer que no todos los 'desterritorializados' abrazan o generan formas de culturas híbridas de la misma manera. Por haberse enfocado en aspectos físicos de la cultura, los escritores sobre este tema no han observado el hecho de que existen otros miembros de este grupo que explícitamente rechazan la cultura híbrida como algo degenerado. Ahora bien, no estoy arguyendo que en sí estos actores encarnen una forma pura de la cultura popular sino que consistentemente están tratando de resistir la mezcla de culturas. Es importante subrayar que este rechazo no se localiza dentro del campo de artes plásticas y de representación, sino en los campos mucho menos concretos de la religión y la identidad étnica. Aquí las identidades no se forman con fluidez porque la fluidez es precisamente lo que rechazan; y no es sólo que la diferencia se entienda como al-

go más profundo que una cuestión de estilo sino que se funda en esos esencialismos muy fuera de moda de la nación, la raza y, la religión (c.f. Franco op.cit.). Lo que importa subrayar no es que en esta zona se encuentren formas de cultura hibridizada, cosa que de todos modos se esperaría, sino que ciertas formas híbridas históricas sean rechazadas.

También existen una cantidad de indígenas de las tierras altas que son mucho menos ‘desterritorializados’ que sus primos en las ciudades y pueblos provinciales. Ellos viven en comunidades cohesivas y vibrantes que aún se organizan con referencia a un modelo ‘tradicional’. No obstante, estos comuneros están mucho menos preocupados por definiciones claras de raza o nacionalidad y de ortodoxia religiosa. La aparente paradoja en las tierras altas es que los que podemos denominar los ‘tradicionalistas’ son los que se sienten más cómodos con prácticas religiosas sincréticas, ideologías culturales asimilacionistas y cuyo sentido de identidad se basan en categorías relativas y cambiables (véase Canessa 1998b). Sin embargo, entre ellos que están a la vanguardia del proceso de modernización se encuentran grupos que rechazan el sincretismo, denuncian el mestizaje cultural (y racial), y abrazan categorías de identidad esencialistas.

Es en las áreas metropolitanas de las tierras altas de Bolivia donde se encuentra un rechazo de la hibrididad histórica claramente articulado. Las tierras altas del departamento de La Paz son, en términos bolivianos, un área de alta densidad de población que incluye la capital. Los habitantes son mayormente campesinos de habla aymara, y aun en la capital hay cientos de miles de aymara parlantes. Esta región también incluye las ruinas de la capital de la civilización de Tiwanaku que actualmente muchos consideran el sitio original de la nación aymara. Esta área contiene más de un tercio de los protestantes bolivianos y también es una zona de fuerte nacionalismo indígena.

¿Cómo podríamos explicar el crecimiento de estos movimientos en las tierras altas en los últimos años? Es bastante común ver el evangelismo en términos de la postmodernidad y los cambios de estructuras políticas y económicas en que las condiciones que crean diversidad se profundizan (c.f. Kearney, 1996:8; véase también Martín 1990). Cuando estructuras sociales como la Iglesia Católica y la hacienda pierden su legitimidad, confianza y poder, grupos evangélicos carismáticos proveen un nuevo sentido de religiosidad y comunidad (Canessa 1998a). Por lo tanto, cuando cambios económicos socavan las es-

estructuras colectivas de las comunidades indígenas, los evangelicos ofrecen una nueva clase de valores y prácticas más adecuado a una economía orientada al individuo y al mercado (Lewellen 1978). Por ejemplo, el rechazo por la parte de los protestantes de fiestas y compadrazgo, modos importantes para la redistribución de recursos comunitarios, les deja a esos individuos acumular capital. A la vez, el énfasis sobre la alfabetización y la formación les otorga a los protestantes el capital intelectual necesario para el mundo moderno. El protestantismo ofrece una respuesta a los problemas de la desterritorialización de los indígenas, una respuesta que rechaza el paganismo y muchos otros aspectos de la cultura 'tradicional. Para sus modelos de identidad y comportamiento no miran a la clase media boliviana, la sociedad mestiza hemegónica, sino al occidente, sobre todo a los Estados Unidos, para ejemplos y orientación. Expresan un rechazo profundo de la idea de que el futuro de Bolivia yace en la fusión de las culturas europeas e indígenas, una síntesis racial y cultural encarnado en el mestizo. El evangelismo se puede entender como una reacción contra la ideología del mestizaje pero nos falta entender el trasfondo de esta ideología y cómo el evangelismo surgió en este contexto político y cultural.

### **La revolución de 1952 y sus repercusiones**

La Revolución del 1952 es un punto destacante de la historia boliviana moderna. A pesar de que produjo la expresión más clara de la nación homogénea bajo la ideología del mestizaje, la revolución abrió el espacio político y social para la diversidad cultural. En 1952 la oligarquía boliviana fue derrotada en una revolución popular y en los años siguientes el gobierno revolucionario introdujo una serie de reformas con consecuencias profundas y de largo plazo. La Reforma Agraria bajo el lema 'la tierra para los que la trabajan' devolvió los campos a los campesinos indígenas y terminó la hegemonía hacendaria. Se construyeron escuelas en prácticamente cada aldea, enseñándoles a los campesinos a hablar y escribir el castellano. A la vez, la falta de inversiones en el campo y el crecimiento de la población rural, provocó la migración de muchos indígenas a la ciudad y durante las siguientes décadas la población aymara de La Paz llegó a ser de más de un millón. La extensión de educación y el mejoramiento de los medios de comunicación hizo que poblaciones que anteriormente eran analfabetas y monolingües fueran expuestas a una vida muy distinta a lo que estaban

acostumbradas. Este nuevo modo de vivir se predicó por la radio y en las nuevas escuelas que se construyeron en el centro de los asentamientos indígenas. El objetivo principal, explícitamente expresado, era la creación de un nuevo ‘hombre boliviano’ y la creación de una nueva identidad nacional en la cual las diferencias entre españoles e indígenas, blancos e indios, se sumergiera bajo una nueva identidad homogénea y mestiza. En muchas comunidades las iglesias o capillas que los hacendados mantuvieron se dejaron caer en ruinas y hasta cierto punto la iglesia fue reemplazada por la escuela. La iglesia era el medio por el cual los indios fueron integrados en la cultura colonial y republicana y ahora la escuela convertiría a los indios en bolivianos por los esfuerzos del maestro rural, el representante del sacerdocio secular.

En este contexto, y con el objeto de borrar cualquier diferencia étnica o racial entre bolivianos, se prohibió la palabra ‘indio’ que fue reemplazada por ‘campesino’, las escuelas tenían la tarea de convertir indios en mestizos bolivianos. Así que, como en el caso de la Revolución Mexicana (Hindley 1996:226), la ideología nacionalista boliviana elevó la identidad mestiza a costo de la identidad indígena. El nuevo estado necesitaba las masas rurales para que le dotara de legitimidad pero, a la vez, el estado se vio en la necesidad de erradicar los elementos culturales retardantes de una población india anacronista.

Es necesario entender el crecimiento del evangelismo en términos del ambiente cultural y económico de la Bolivia post-revolucionaria. Las instituciones de la Iglesia Católica estaban fuertemente ligadas a la clase hacendaria. Cuando la Reforma Agraria abolió el sistema de poder hacendario y, como consecuencia, el poder de la Iglesia también decayó en las áreas rurales. A la vez, la urbanización y los cambios económicos impusieron nuevas presiones sobre los campesinos y los inmigrantes a las ciudades, presiones, que aparentemente los evangelistas entendieron mucho mejor que sus colegas católicos.

Estas fuerzas de cambio social, desarticulación y racismo institucionalizado produjeron la pasión detrás de movimientos sociales como el nacionalismo indígena. Sin embargo, las mismas presiones se resolvieron en el evangelismo de una manera muy distinta.

## **Buscando almas**

Aunque grupos protestantes han tenido una presencia activa en Bolivia desde principios de este siglo cuando la Iglesia Católica perdió

su monopolio sobre las almas bolivianas, los avances evangélicos fueron muy modestos durante la primera mitad de este siglo, a pesar de esfuerzos sostenidos y, a veces, heroicos. En 1950, el grupo evangélico más grande en Bolivia, los Adventistas del Séptimo Día, gozaba de sólo dos mil miembros. Desde entonces el número de creyentes se ha multiplicado varias veces. Hoy, aproximadamente diez por ciento de la población boliviana es evangélica pero su distribución en el país no es uniforme. Según el censo de 1992 (INE 1993), el Departamento de La Paz tiene el 35% de los evangelistas bolivianos. La mayoría de éstos viven en las provincias de las tierras altas nortañas. El crecimiento dramático empezó después de la Revolución de 1952. Los Adventistas del Séptimo Día quintuplicaron sus miembros en la siguiente década (Nordyke 1972: 137). Este crecimiento siguió durante los años sesenta no sólo en las iglesias ya bien establecidas como la de los adventistas sino también en las sectas que llegaron a Bolivia mucho después, como por ejemplo, Las Asambleas de Dios que poco después de su llegada en 1957 gozó de una cifra de crecimiento igual a las demás iglesias evangélicas (ibid.). Tanto en este período de expansión como en el de la primera mitad del siglo, los misionarios concentraron sus esfuerzos en los indígenas de habla aymara. Les identificaron como el sector de la población más vulnerable y, por consecuencia, más sumiso a la conversión.

Durante el mismo tiempo que los evangélicos les ofrecían a los indígenas los beneficios de una educación y nuevos modelos de comunidad y vida espiritual, la Iglesia Católica se enfrentó a una crisis profunda de la cual posiblemente nunca se recuperó. Es necesario entender el crecimiento del protestantismo en el contexto del decaimiento de poder e influencia de la Iglesia Católica. Desde la Conquista, la Iglesia Católica tuvo mucho éxito en aliarse con el estado y, en efecto, llegó a ser un órgano principal del estado. El catolicismo no era incidental a la conquista americana; ella dotó la justificación moral (Pagden 1983:3). Más aún, los españoles ya se habían acostumbrado a ver la religión como una herramienta hegemónica ya que justamente terminaron una larga guerra contra los musulmanes en Iberia, la así llamada Reconquista, en que la religión fue utilizada para justificar las guerras y, a la vez, sirvió como una bandera para unir los sentimientos de los combatientes. Así que cuando los españoles llegaron a los Andes, la política de la conquista y el catolicismo ya estaban inextricablemente li-



gados y, por consecuencia, la subordinación de la religión a la política aseguró que, en las palabras de Sallnow (1987:50), 'el Catolicismo en los Andes llegó a ser en primer lugar un mecanismo de control político y social y sólo en segundo término una enseñanza ética y espiritual.' A mediados del siglo veinte la Iglesia Católica aún era claramente un pilar de apoyo para la oligarquía terrateniente. Por ejemplo, un anciano mestizo de San Pedro de Buena Vista me comentó amargamente que hace treinta años el cura podría contar con la policía para asegurar que los indios asistieran a la fiesta patronal mientras que ahora la asistencia es voluntaria. Asimismo el hacendado era quien traía al sacerdote a visitar las comunidades y quien obligaba a los indios a asistir la misa. Más aún, el Catolicismo era, y todavía es, visto como la religión natural de Bolivia.

La Iglesia Católica apoyó la oligarquía agraria contra los liberales y era muy resistente a cualquier cambio del status quo. En la década de los treinta, por ejemplo, la Iglesia denunció las modestas reformas iniciadas por los liberales que trataban de introducir educación básica para los indios. Según la iglesia, la provisión de formación para los indios indudablemente les corrompería. Sin embargo, a la vez, el cura podía actuar como interlocutor entre las comunidades indias y el hacendado.

Por otro lado, a pesar de ser muy políticamente conservadora, la Iglesia era mucho más relajada en cuanto a la imposición de su ortodoxia en los indios. Desde mediados del siglo diecisiete cuando renunció a la campaña contra la religión indígena conocida como la Extirpación de Idolatrías, la Iglesia ha vuelto ser muy tolerante de las prácticas religiosas de los indígenas. Mientras el lenguaje fuese más o menos cristiano, se toleraban prácticas no-ortodoxas como el sacrificio de animales y la evocación de deidades paganas. Esta actitud destaca el carácter cosmopolita de la Iglesia Católica (Lehmann 1996), pero también puede ser visto como una indicación de la falta de contacto con su rebaño. Este problema refleja la escasez de curas y la carencia aun más grave de sacerdotes de habla aymara o quechua, los idiomas nativos, que hasta hace poco eran los idiomas maternos de la mayoría de la población boliviana.

Sin embargo, a mediados del siglo XX la Iglesia se sentía paulatinamente más incómoda con su apoyo de las élites autoritarias y opresivas. Con la llegada de las ideas liberales desde Europa y América del

Norte, la Iglesia se enfocó en las necesidades espirituales y prácticas de las masas, la 'opción preferente para los pobres.' Con la derrota de la oligarquía minera y agraria, ni quería ni podía jugar el papel social que había ocupado con tanto éxito por casi cinco siglos. De estos cambios surgió una paradoja importante: entre más que Iglesia Católica se identificó con los intereses de los pobres, más perdió su influencia en la arena política. De todos modos ya en los años setenta muchas comunidades ni siquiera eran visitadas por un cura, así que la Iglesia no tenía ni el personal ni los recursos para realizar sus objetivos. En contraste, los protestantes podían mandar miles de pastores en zonas donde nada más había un par de curas.

Mientras que se requieren siete años de estudio para el sacerdocio católico, a los pastores protestantes con frecuencia no les hace falta una formación formal más allá de poder leer la biblia. Los curas católicos son pocos y de ellos una gran proporción son extranjeros; sin embargo los misioneros y pastores protestantes con más frecuencia vienen del mismo contexto social y cultural que los individuos que tratan de convertir. En un tiempo que las estructuras sociales y económicas estaban cambiando rápidamente, los pastores evangelistas estaban en una mejor posición para proveer ayuda espiritual y nuevas formas de vida comunitaria a los indígenas. Específicamente, los pastores evangélicos se dieron cuenta que su mensaje era mejor recibido por las personas cuyas vidas estaban cambiando más dramáticamente cuando la vida metropolitana se acercaba: más y más y los indígenas se encontraron atrapados entre una cultura 'tradicional' y una cultura dinámica occidental.

Durante el período postrevolucionario muchos indígenas migraron a la ciudad pero a la vez mantuvieron vínculos con las comunidades originarias que con frecuencia quedaban sólo a algunas horas de viaje de la ciudad. Muchos se encontraron cabalgando entre dos mundos (Albó, Sandoval and Greaves 1983) y bajo las presiones de una profunda desarticulación social, cultural y económica. Los grupos evangélicos se aprovecharon conscientemente de la desorientación de los recién llegados a la ciudad, sabiendo bien que es en las primeras semanas en la ciudad en que éstos son más vulnerables. Es al llegar a la ciudad cuando más necesitan el apoyo y sentido de comunidad que se puede gozar dentro de un grupo pequeño y dedicado (Ströbele-Gregor 1989, 1992; Canessa 1998a).

En las comunidades a distancia de las carreteras principales, o sea, con pocos vínculos con la ciudad, la cantidad de iglesias evangélicas es menor. A veces este hecho puede ser importante. En la carretera entre Alchacachi, un pueblo del altiplano, y Sorata, un pueblo a cuatro horas en el camino hacia la selva tropical, hay numerosas aldeas con iglesias evangélicas. Sorata mismo, con aproximadamente tres mil habitantes incluye tres iglesias. Sin embargo, si uno caminase una hora desde la carretera no encontraría ni un evangélico en todas las comunidades que pasara. Hay excepciones pero la consistencia de este patrón es impresionante. Parece que en estas comunidades más allá de las carreteras principales y de la cultura metropolitana la ética comunitaria sigue fuerte e inhibe la observancia de una doctrina que obliga a sus adherentes a cortar muchos lazos con los demás miembros de la comunidad.

En las comunidades no evangélicas un sistema de cargos integra y liga la comunidad. La solidaridad e identidad comunal se crea a través de los rituales comunales. Fiestas patronales y agrícolas, el primer corte del pelo, velatorios, entierros y muchos otros acontecimientos rituales se celebran con la comunidad entera. Y esta concelebración se efectúa por medio de compartir alcohol, hojas de coca y comida. Más aún, muchas fiestas requieren que dos personas casadas sean padrinos de la fiesta. La pareja con sus parientes y compadres gastan bastante de su dinero y productos agrícolas y, como consecuencia, el sistema de cargos tiene la función de distribuir recursos de los más ricos a los más pobres de la comunidad, dado que son los más ricos a los que se escoge para ser padrinos de las fiestas.

Los evangelistas rechazan todos estos oficios y consideran paganos los rituales. Es obvio que siendo evangélico en una comunidad tal, uno tendría que romper muchos lazos sociales. Bernardo Guerrero (1996) ha documentado la manera en que las comunidades aymaras en el norte de Chile están totalmente llenas de conflicto cuando pasan por el proceso de conversión al protestantismo (véase también Wachtel 1992). Es bien claro que en estas circunstancias la comunidad mixta es básicamente imposible a largo plazo en estos asentamientos rurales.

En este contexto vale subrayar que son las iglesias de lo que se denomina la tercera reforma protestante (Martin 1990) que son las más numerosas. No fueron las iglesias de la Reforma original, los luteranos y calvinistas, las que pudieron aprovechar del desestablecimiento de la Iglesia Católica, ni las iglesias de la segunda reforma, los meto-

distas y bautistas, aunque ellos tuvieron más éxito, sino las iglesias que principalmente se fundaron en los Estados Unidos en el siglo diecinueve. Estas iglesias son generalmente espiritualistas, fundamentalistas y, con frecuencia, estáticas. Las iglesias fundamentalistas no toman un punto de vista relativista hacia las prácticas que ellas consideran paganas. Es cierto que no asumen la perspectiva acomodaticia de la Iglesia Católica hacia variaciones de los que ellos consideran ortodoxia cristiana. Mientras que la Iglesia Católica cambió de un punto de vista de considerar paganas las prácticas indígenas durante el primer siglo y medio de la colonización, y luego como superstición por mediados del siglo diecisiete, a finales de este siglo la Iglesia se ha movido a una posición en que abrazan prácticas locales. A las creencias y rituales que anteriormente se les toleraba como formas sincréticas, actualmente se les considera como formas 'inculturadas' de la verdadera fe. Como explica un documento del CELAM publicado en 1992, la Iglesia acepta que en la religión de los ancestros 'la semilla del Verbo' ya estaba presente en la fe de los indígenas, y que esta fe les predisponía a descubrir 'al Creador en toda su creación: el sol, la luna, la madre tierra etc.' (Lehmann 1996:71). Como consecuencia, todas prácticas religiosas y creencias son formas válidas de adoración cristiana en una forma cultural no europea.

Entre los evangélicos no existe semejante perspectiva tolerante cuando se trata de las prácticas religiosas indígenas, y mucho menos la creencia de que la semilla de la verdadera fe reside en estas prácticas paganas. Como Lehmann (1996:171) nota, dentro del pentecostalismo (y para 'pentecostalismo' podemos sustituir otros cultos evangélicos) "no existe... un ritual que se ha desarrollado desde abajo, ningún préstamo no autorizado de otras culturas, del tipo contra que desde siglos la jerarquía Católica se ha enfrentado con tolerancia a desgana, cooptación o represión. La dialéctica entre lo erudito y lo popular que yace en el corazón de la cultura religiosa en casi todo el mundo católico, simplemente no existe dentro del pentecostalismo."

Un aspecto exitoso de las iglesias protestantes es que todas se oponen al consumo del alcohol y de la coca. El hecho de beber alcohol e inclusive la embriaguez son elementos básicos de la vida cultural andina (Saignes 1989); son actos de comunión con los miembros de la comunidad y también con los espíritus telúricos que sostienen los seres humanos de igual manera la coca tiene una posición central en la

vida rural andina (Allen 1988) y parece que la ha ocupado desde hace miles de años. Generalmente se mastica coca en grupos y los participantes pasan la bolsa de coca, la chuspa, alrededor para que todos puedan compartirla. Este aspecto comunitario de masticar coca es muy parecido al consumo de alcohol porque es emblemático de la manera en que los seres humanos se relacionan con el mundo espiritual como comunidad, una ética que subraya la vida en muchas comunidades andinas....

Los evangélicos también se oponen a otros elementos centrales de la vida andina, por ejemplo, el compadrazgo. Los lazos entre compadres, entre padrinos y ahijados son muy fuertes. Los compadres se apoyan uno al otro y esta ayuda puede hacer la diferencia entre la destitución y la sobrevivencia en la vida difícil de los andinos. Según los evangelistas, sin embargo, el compadrazgo es una institución pagana.

Así que los evangélicos están muy en contra de muchos aspectos fundamentales de la vida rural indígena. A la vez, les proveen a los individuos de una ética que muchos creen que es más adecuada y más eficaz en una economía de mercado. Liberados de las obligaciones pesadas de los cargos comunales y compadres exigentes, los evangelistas pueden acumular capital e introducirse en relaciones económicas más fluidas y de más corto plazo (véase Lewellen 1978 y Martin 1990 para este tipo de análisis).

Pero ser evangélico brinda mucho más que ventajas económicas putativas, también ofrece una defensa contra el racismo persistente que los indios encuentran cuando dejan sus comunidades. Mientras en las comunidades tradicionales una persona tiene una posición y un status social, cuando se introduce en la cultura metropolitana vuelve a ser un individuo anónimo dentro de una masa de 'indios sucios', lo más bajo de los más bajos. Este racismo muchas veces se expresa en términos de una distinción entre lo civilizado, urbano y occidental y lo salvaje, rural e indígena. El protestantismo evangélico se considera quintaesencialmente occidental, mucho más que la religión católica, quizás porque los primeros misioneros vinieron de los Estados Unidos. De todos modos la asociación entre el protestantismo evangélico y los Estados Unidos sigue fuerte en la mente de muchas personas. Convertirse en protestante es, de muchas maneras, un avance social: al volverse evangelista, los indígenas ganan un elemento de superioridad sobre los mestizos católicos que anteriormente se consideraban sus superiores

sociales. Crandon Malamud (1993) nos da un buen ejemplo de este fenómeno. En una fiesta en el altiplano los indígenas protestantes miraban por encima de sus narices a los mestizos borrachos y les criticaban por la falta de control que demostraban. Los indígenas de este pueblo se habían apropiado del estereotipo del 'indio borracho' que los mestizos usan con tanta frecuencia. De este modo, el protestantismo es un medio por el cual los indígenas pueden superar el racismo y volverse en 'indios de piel blanca' en las palabras de Juliana Ströbele-Gregor; o sea, ser evangélico es un avance racial en una sociedad racialmente jerarquizada; tiene un efecto blanqueador.

...Su objetivo no es simplemente el ascenso social. Según su propia autocomprensión, no buscan la mera adaptación a la forma de vida propia de la clase media criolla, ya que éstos se conciben a sí mismos como una mala copia de la 'civilización blanca' original. Ellos buscan su identidad en la misma 'civilización blanca', tal como los adventistas se lo prometen y tal como en ellos se encarna.

*Ströbele-Gregor 1988:189*

Sugiero que el evangelismo es, por una parte, una expresión, no de una derrota frente a la superioridad cultural metropolitana, sino de un deseo de ganar aun más capital cultural que los de la clase dominante. En este contexto, mientras que la jeraquía cultural pase por lo occidental a lo indio con los mestizos en el medio, podemos ver el evangelismo como algo que puede saltar de lo indio a lo occidental rechazando el mestizaje cosmopolitano por el camino.

La relación del evangelismo con la civilización avanzada es evidente en muchas áreas. Turco, un pequeño pueblo creciente del altiplano estudiado por Gilbert Pauwels por mucho años, nos ofrece un buen ejemplo. Los turqueños, tanto implícitamente como explícitamente, reconocen la incompatibilidad entre las costumbres de antaño, que eran más ricas, más poderosas y más eficaces que las de hoy, y un deseo de progreso. Esta incompatibilidad se expresa por una nostalgia hacia el pasado y el sentimiento de que "por fin nos civilizamos," (Pauwells 1983:363). Los protestantes han tenido mucho éxito en Turco y Pauwels implica que una parte importante de su atracción entre los turqueños es la actitud intransigente hacia el paganismo. Los evangélicos con frecuencia llaman a los que aún siguen católicos, 'subdesarro-

llados' y ellos mismos se consideran en el lado de la civilización y modernidad (Pauwels 1983:312 y *passim*).

En un contexto de inseguridad personal, económica y racial, el evangelismo provee un conjunto de ideas y prácticas coherentes y estables alrededor de las cuales la gente se puede organizar. Se oponen al cosmopolitanismo de la Iglesia Católica y son igualmente antagonistas de la ideología dominante de síntesis cultural. La ideología que abraza formas folclóricas en las prácticas indígenas como, por ejemplo, las diabladas de carnaval, es absolutamente rechazada por los evangelistas. Aunque el evangelismo boliviano se desarrolló detrás de un gran proyecto que quería integrar todos los aspectos de la nación, los evangelistas rechazan este modelo de inclusión por uno que destaca diferencia. Más aún, los evangélicos ven la transigencia religiosa y cultural como algo inferior si no absolutamente degenerado y pagano.

## **Conclusiones**

En la sección anterior trazamos el modo en que el evangelismo contemporáneo se formó en los trastornos de la Revolución. El evangelismo se dirige a cuestiones que salen del cambio rápido de la escena política y social; el desmantelamiento del antiguo sistema jerárquico y la introducción de un capitalismo basado en el mercado en las vidas de personas que fueron mayormente sostenidas por organizaciones comunales aun cuando pasaron periodos en las minas y las ciudades. Lo que también es claro es la percepción de una tensión entre el mundo moderno y la cultura indígena. Mientras los indianistas tratan de recuperar el pasado mítico, los evangelistas, sin embargo, rechazan la actualidad indígena y miran hacia un futuro basado en un modernismo occidental. Lo que ambos rechazan es la transigencia cultural, la idea de una raza boliviana basada en el mestizaje de personas y culturas.

Esa idea de la nación homogénea era una plataforma principal de los gobiernos postrevolucionarios e incluso era parte de las ideas fundadoras de la República. Como hemos visto, la Iglesia Católica y el estado boliviano se juntan en la mente de muchos; así que el evangelismo puede funcionar como un enfoque de oposición a la cultura dominante detrás del estado.

El evangelismo boliviano obviamente es una transplantación de un sistema de creencias que provienen de tierras lejanas. Por supuesto, en la mudanza desde los pueblos del sur y centroeste estadounidense a

los barrios jóvenes de La Paz, el evangelismo se ha moldeado a los contextos culturales andinos y así podemos presentarlo como ejemplo claro de la hibridación, la globalización de cultura; o sea, un ejemplo del postmodernismo. A la vez es claro que el evangelismo se opone a la idea establecida de la cultura híbrida; es decir, el mestizaje ideológico que busca asimilar los indios dentro de la cultura metropolitana que ha subyugado el estado boliviano desde 1952. El evangelismo rechaza el cosmopolitanismo de la religión católica y la síntesis de la ideología estatal y, en cambio, busca categorías de diferencia esencialistas y perdurantes, verdades eternas en lugar de transigencias del momento.

La solución híbrida no produce la autoestima y las estructuras comunitarias que la gente necesita y desea, y mucho menos se le dota de una defensa contra el racismo sistemático y la marginalización; al contrario, el mestizaje otorga a los indígenas una posición inferior dentro de un sistema obviamente jerárquico. La idea política del mestizaje siempre ha incluido la cultura indígena: mientras alababa la cultura india del pasado, firmemente ignora la realidad indígena de la actualidad (c.f. Hindley 1996).

No nos debe sorprender que el evangelismo esté más presente en las áreas con mayor contacto con la cultura metropolitana, en los barrios populares de La Paz o en los pueblos pequeños con buen acceso a la ciudad. En esos sitios y en las personas que los habitan se encarnan las contradicciones sociales, económicas y raciales de la realidad boliviana. No cabe duda que para muchos indígenas en Bolivia el "buen sendero" hacia el mestizaje cultural no les satisface. Algunos como los evangelistas tratan de saltar esta categoría ambigua y otros, como los indianistas, tratan de recuperar una identidad indígena.

Las consecuencias políticas de la existencia de una minoría grande de no católicos no son, tal vez, muy obvias. Sin embargo, el hecho de que ya hay miles y miles de personas que no comparten la religión nacional, por ejemplo en las fiestas como carnaval y las instituciones sociales como el compadrazgo, quiere decir que la idea de una nación culturalmente unida no es convincente. He aquí otro elemento del postmodernismo: la quiebra de la nación en sus partes constituyentes.

Hemos presentados aquí algunas paradojas e ironías. La primera de ellas es que la idea de una cultura híbrida en América latina no es nada nuevo y aun se podría decir que la hibridación tipifica a las culturas americanas. Otra paradoja es que la Revolución del '52, una revo-



lución modernista caracterizada por grandes planes y una fe en el progreso y verdades absolutas sembró los elementos de su propio desmantelamiento. Quizá porque, como han comentado otros (Harvey 1987), el modernismo siempre ha contenido al postmodernismo dentro de él y eso a lo mejor nos alumbra la tercera paradoja, que un fenómeno postmodernista como el evangelismo boliviano se oponga a muchas ideas postmodernistas.

## **Bibliografía**

- ABERCROMBIE, Thomas  
1992 'To be Indian to be Bolivian.' En *Nation States and Indians in Latin America*
- ALBÓ, X. Greaves, T., & SANDOVAL, G.  
1981 *Chukiyawu: La Cara Aymara de La Paz. Vol i: El Paso a la Ciudad. La Paz: CIPCA.*
- ALBÓ, X. Greaves, T., & SANDOVAL, G.  
1982 *Chukiyawu: La Cara Aymara de La Paz. Vol ii: Una Odisea: Buscar "Pega". La Paz: CIPCA.*
- ALBÓ, X. Greaves, T., & SANDOVAL, G.  
1983 *Chukiyawu: La Cara Aymara de La Paz. Vol iii: Cabalgando entre dos Mundos. La Paz: CIPCA.*
- ALBÓ, X. Greaves, T., & SANDOVAL, G.  
1987 *Chukiyawu: La Cara Aymara de La Paz. Vol iv: Nuevos Lazos con el Campo. La Paz: CIPCA.*
- ALLEN, Catherine  
1988 *The Hold Life Has: Coca and Cultural Identity in an Andean Community. Washington D.C.: Smithsonian Institute Press*
- MURRA, John  
1972 'El control vertical de un máximo de pisos ecológicos en la economía de las sociedades andinas.' en *Visita de la Provincia de Huanuco II*, J. Murra (ed.). Pp 429-476. Huanuco, Peru: Universidad Emilio Valdizan.
- CANESSA, A.  
1998a 'Evangelical Protestantism in the Northern Highlands of Bolivia.' *Studies in World Christianity. Vol. 4, part 1.* Pp 21-40.
- CANESSA, A.  
1998b *Procreation, Personhood and Ethnic Difference in Highland Bolivia.* *Ethnos Vol 63:2*, pp. 227-47.
- CANESSA, A.  
s.f. 'Rejecting Hybridity: Evangelistas and Kataristas in Highland Bolivia.'

- CRANDON-MALAMUD, Libbet  
 1991 From the Fat of Our Souls: Social Change and Medical Pluralism in Bolivia. Berkeley: University of California Press.
- DAMEN, F.  
 1988 'El desafío de la sectas.' Fe y Compromiso 5.
- DELEUZE, Gilles & Felix Guatarri  
 1971 Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia. New York: Viking.
- FOWERAKER, Joe  
 1995 Theorising Social Movements. London: Pluto Press.
- FRANCO, Jean  
 1996 'Globalization and the Crisis of the Popular' en Salman (ed.) The Legacy of the Disinherited. Popular Culture in Latin America: Modernity, Globalization, Hybridity and Authenticity. Amsterdam: CEDLA
- GARCÍA CANCLINI, Néstor  
 1993 Transforming Modernity: Popular Culture in Mexico. Austin: University of Texas Press.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor  
 1990 Cultura híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Giralbo
- GISBERT, Teresa  
 1980 Iconografía y Mitos Indígenas en el Arte. La Paz.
- GRUZINSKI, S. & WACHTEL, N.  
 1997 'Cultural Interbreedings: Constituting the Majority as a Minority'. Comparative Study of Society and History. Vol. 37, pp 231-250.
- GUERRERO, Bernardo  
 1996 A Dios rogando... Los pentecostales en la sociedad aymara del norte grande de Chile. Amsterdam: VU University Press.
- HANNERZ, Ulf  
 1992 Cultural Complexity: Studies in the Social Organisation of Meaning. New York: Columbia University Press.
- HARRIS, Olivia  
 1988 'La Pachamama: significados de la madre en el discurso boliviano.' en Latinoamericanas: Diez ensayos en una historia colectiva Tristán, F (ed).. Lima: Centro de la Mujer Peruana. Pp. 7-75.
- HARRIS, O. & ALBÓ, X.  
 1975 Monteras y guardatojos: Campesinos y mineros en el Norte de Potosí. La Paz: CIPCA
- HINDLEY  
 1996 'Towards a Pluricultural nation: The Limits of Indigenismo and Article 4' en Dismantling the Mexican State?, Rob Aitken et. al (eds.). London: Macmillan.

INE

- 1993 Censo nacional de población y vivienda 1992. Resultados Finales. Ministerio de Planeamiento y Coordinación/Instituto Nacional de Estadística. La Paz

JOHANSSON, G.

- 1992 *More Blessed to Give*. Stockholm: Stockholm Studies in Anthropology.

LEHMANN, David

- 1996 *Struggle for the Spirit: Religious transformation and popular Culture in Brazil and Latin America*. London: Polity

LEWELLEN, Ted

- 1979 'Deviant Religion and Cultural Evolution: The Aymara Case.' *Journal for the Scientific Study of Religion*, vol 18, pp. 242-251.

LEWELLEN, Ted

- 1978 *Peasants in Transition: The Changing Economy of the Peruvian Aymara*. Boulder: Westview Press.

MARTIN, David

- 1990 *Tongues of Fire: The Explosion of Protestantism in Latin America*. Oxford: Blackwell.

NORDYKE, Quentin

- 1972 *Animistic Aymaras and Church Growth*. Oregon: The Barclay Press.

PAUWELS, G.

- 1983 *Dorpen en Gemeenschappen in de Andes: Socio-culturele Veranderingen bij de Boliviaanse Aymara*. Leuven: Acco.

ROWE, William & Vivian SCHELLING

- 1991 *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*. London: Verso

SAIGNES Thierry

- 1989 'Borracheras andinas: ¿por qué los indios ebrios hablan en español?' *Revista Andina*, pp. 83-119.

SALMAN, Ton ed.

- 1996 *The Legacy of the Disinherited. Popular Culture in Latin America: Modernity, Globalization, Hybridity and Authenticity*. Amsterdam: CEDLA

SCHWARZ, Roberto

- 1992 *Misplaced Ideas: Essays on Brazilian Culture*, con una introducción por John Gledson. London: Verso

STOLL, David

- 1990 *Is Latin America turning Protestant? The Politics of Evangelical Growth*. Berkeley: University of California Press.

STRÖBELE-GREGOR, Juliana

1989 Indios de piel blanca. Evangelista fundamentalistas en Chukiya-wu. La Paz: HISBOL

STRÖBELE-GREGOR, Juliana

1992 'La comunidades religiosas fundamentalistas en Boliva: Sobre el éxito misionero de los Adventistas del Séptimo Día.' Allpanchis 40, pp.219-253.

WACHTEL, Nathan

1992 Dieux et Vampires: Retour à Chipaya. Paris: Editions du Seuil.

WAGNER, P.

1970 The Protestant Mission in Bolivia. Pasadenas

# LA FIESTA POPULAR RELIGIOSA

## Lo sagrado no estructurado y el patrimonio cultural en Venezuela

*María Eugenia Talavera*  
Universidad Simón Bolívar- Venezuela

Entre las numerosas prácticas sociales y formas culturales de origen étnico o popular, que uno puede imaginar profusamente extendidas en Venezuela, - cuenta tenida de la presencia simultánea del blanco español y europeo, del negro de África sobre el suelo indio- pocas entre ellas parecen haber sobrevivido después de dos siglos de historia autónoma.

Ciertas prácticas culturales han sido preservadas en el tiempo desde la construcción de la nación venezolana y su posterior modernización. Otras, fuertemente coloreadas en el plano étnico, han estado enclavadas y localizadas en una región sin sobrepasar las fronteras de las zonas donde ellas han tenido razón de existir. Solo algunas de estas prácticas se han conservado en el tiempo más o menos intactas y han sido integradas, de cierta manera, a la cultura venezolana actual. Entre ellas, algunas han alcanzado una importancia que no se le conocía anteriormente; en el filo de los años, su valor colectivo consecuentemente se ha elevado al rango de componentes, no solo de la identidad regional sino nacional, participando activamente de la identidad cultural.

No hace más de 40 años, muchos de los aspectos de la vida cotidiana y de las prácticas colectivas de los venezolanos presentaban todavía muchos ejemplos de formas culturales étnicas o populares, en las cuales se podía identificar con exactitud los orígenes regionales y lontanos. Todo esto se ha fundido en la cultura contemporánea venezolana. Sin pretender hacer un inventario ni examinar los procesos, señalaremos simplemente que en los dominios de la cocina, la música, la danza, las creencias religiosas sincréticas, las relaciones interpersonales, los

vinculos sociales mismos han sido heredados de prácticas lontanas y étnicas cuyos orígenes, poco a poco, se pierden en las brumas del tiempo.

Entre estas formas heredadas, las creencias y las ceremonias religiosas han adquirido una audiencia nacional que hace de su recurrencia eventos seculares y momentos institucionales venezolanos importantes: el cuadro pueblerino y campesino de sus orígenes, de su puesta en escena ha sido sobrepasado en beneficio del marco de la audiencia nacional. Las más conocidas son especialmente el culto sincrético de María Lionza, diosa de la mitología indígena, el culto popular al Dr. José Gregorio Hernández, el médico de los pobres, el culto a los espíritus: El Espiritismo. La fiesta de tambor de San Juan Bautista, el santo que bebe y danza con el pueblo, las ferias regionales, entre otros.

Merece especial atención la fiesta de Diablos Danzantes, puesto que ella forma parte de estos eventos seculares venezolanos que han adquirido en los últimos tiempos una importancia trascendente en nuestro país. Es por ello que examinaremos en las presentes líneas algunas de las características que asume esta manifestación cultural ya que puede ser un ejemplo vivo de la religiosidad popular en nuestro país. La fiesta de Diablos Danzantes, constituye una manifestación religiosa popular de primera línea. En el último decenio su importancia se ha acrecentado considerablemente, ello se puede verificar por las crónicas de prensa, la participación nacional, la audiencia continental e internacional, la explotación de su imagen y de sus símbolos como elemento publicitario, comercial, además de su consideración en los planes educativos de nuestros escolares. Numerosos han sido las interpretaciones, los artículos y las investigaciones etnológicas que han tomado en cuenta este fenómeno social popular.

El renombre de la fiesta de Diablos Danzantes esta ligada a la secularización progresiva de las manifestaciones culturales y de cultos venezolanos que presentan algún interés en el ámbito nacional: el discurso cultural oficial toma estas prácticas como un elemento digno de figurar en el patrimonio nacional. Practicada en zonas rurales, celebradas sobre objetos campestres, y puesta en escena a través de relaciones sociales locales, esta manifestación ha pasado del campo marginal de las creencias populares para definirse como creencias nacionales, noción que podría figurar en la "religión social".

Las razones por las cuales es necesario relacionar esta metamorfosis de lo rural a lo urbano, de objeto local a la vocación nacional, de

mitos locales y creencias regionales a la "religión nacional", tenemos para el caso preciso de la fiesta de Diablos Danzantes cuatro explicaciones:

- La importancia del catolicismo en el mantenimiento de esta fiesta de esencia religiosa, en los cuales los símbolos y la retórica gira en torno al Diablo y al Corpus Christi.
- La fuerte tendencia religiosa de la sociedad venezolana ha permitido la expresión de diferentes creencias populares en el seno de la religión institucional...
- Las características parceladas de la memoria colectiva, de la historia de los venezolanos - origen africano, europeo antiguo, europeo moderno, e indio - favorecen esta suerte de valorización de la herencia colectiva.
- El redescubrimiento y la revalorización de las creencias populares y del patrimonio cultural en el contexto de las transformaciones sociales: función catártica para conformar las creencias y las supersticiones, función de identidad para preservar un anclaje cultural en una sociedad que conoce mutaciones rápidas.
- Los Diablos Danzantes, como culto religioso, se ha convertido en uno de los eventos seculares de la nación venezolana, representado en los momentos institucionales durante los cuales tiene lugar la exaltación de ciertos valores culturales, colectivos y religiosos.

### **La fiesta de Diablos Danzantes**

La fiesta de Diablos Danzantes tiene lugar cada año, el día de Corpus Christie, entre los meses de Mayo y Junio (en fecha móvil) Ella se prolonga durante dos días consecutivos: el miércoles (antes del Corpus Christie) y el Jueves de Corpus Christie, considerado el día más importante de esta festividad.

La organización de la fiesta la realiza la Cofradía o la Sociedad de Diablos Danzantes. Esta fiesta tiene una gran audiencia nacional. Las características internas de esta última repercuten directamente en su gran popularidad al exterior de la comunidad. La participación de la danza se hace con la esperanza de obtener a cambio bienestar en el seno de la familia, del pueblo o incluso en el ámbito nacional, según sean las necesidades de los participantes.

La mayoría de los investigadores que han estudiado la fiesta de Diablos Danzantes revelan dos puntos esenciales: en primer lugar, la diversidad de elementos que están en el origen de esta manifestación; así como su dimensión religiosa de tipo sincrético. El tiempo de su desarrollo responde a la puesta en escena de un conjunto de rituales y de operaciones sagradas ligadas a la religión popular.

En sus orígenes la fiesta de Diablos Danzantes esta ligada a un ritual de primicia. Pareciera que los practicantes de la fiesta quisieran exorcizar los malos presagios y la mala suerte. Esta mitología, esta cen-trada alrededor del diablo con una simbología que consiste en dejar que se manifieste y operen los peores excesos durante la fiesta, a fin de que sirva de ejemplo a la acción de los hombres para el próximo año. Se trata de extirpar las fuerzas del mal, mostrándolas en sus prácticas excesivas.

El tiempo institucional es marcado por la ruptura de la trama social donde el Diablo es el eje motor y la cruz el eje protector. El tiempo de desarrollo de la fiesta corresponde al tiempo donde el Diablo es el maestro y empuja a los hombres a la bebida y a conducirse con exceso. La representación del Diablo es el eje central de la fiesta, su meta principal es mostrar el mal para confrontarlo a las fuerzas del bien, a fin que este último triunfe.

A esta presencia casi hegemónica de la figura del Diablo se opone la presencia de Dios marcada por la utilización de diferentes símbolos católicos donde la cruz es el elemento más importante: la encontramos bien en la puerta del pueblo, como figura central de la escena ritual, o bien representada en el dibujo de los pasos de la danza, como también en los vestidos de los danzantes y otros participantes, ante la fuerza desatada por la presencia del Diablo en la comunidad.

La naturaleza de los hechos presentes en la fiesta de Diablos recuerda quizás a una puesta en escena mas que una simple celebración de regocijo colectivo. Esta puesta en escena es ligada a los fenómenos naturales: al tiempo de recoleta y de lluvias. La comunidad está obligada a participar en la dramatización de fuerzas opuestas: Dios-Diablo, Bien-Mal. Los actores poseídos por los personajes interpretan el texto dramático centrado en la concepción de fuerzas contrarias. El texto, en sí mismo, recuerda el drama, la puesta en escena, es el drama mismo, donde el resultado de la confrontación lo conocemos de antemano: Dios vencedor. La fiesta es entonces una teatralización y puesta en es-



cena de un texto dramático de oposición de contrarios.

Podemos notar una ambivalencia en la utilización de las fuerzas del mal y la irrupción del Diablo en la vida de los hombres durante la fiesta: de un lado, se evoca la figura del Diablo con los excesos que son ligados a su persona. De otro lado, encontramos a la Iglesia mostrando su figura como la expresión del mal y del pecado sobre la tierra. El hecho que los hombres se revistan con la figura y la máscara de Diablos e integren a su vida la fuerza del mal, es significativo.

La fiesta toma prestado de la figura de la religión católica los esquemas principales de su estructuración y de sus formas. La investigación de su origen mete en evidencia esta relación con la religión católica. Se afirma que son en sus márgenes que las formas actuales que se le conocen se expresan y se elaboran. Se desprende de esto, que no se puede comprender las características de esta fiesta sin hacer un llamado a estos orígenes. De otro lado, sobre los componentes principales que la conforman, una buena parte de ellos deben ser buscados o comprendidos a instancia de la religión institucional. Es una fiesta de naturaleza sincrética, porque está ligada a realidades diferentes para componer una realidad única, así mismo, es una fiesta de tipo popular, en la medida que ella se refiere a un cuadro de prácticas que son interpretadas a partir de las leyes de la religión institucional. El acontecimiento anual de la fiesta de Diablos Danzantes pone en evidencia una yuxtaposición o una mezcla de formas religiosas institucionales y de prácticas culturales, que parecieran supervivencias de la creación de las comunidades negras e indias de Venezuela.

Ciertos autores consideran que la fiesta de Diablos Danzantes es una interpretación particular de la fiesta de Corpus Christie, fiesta del Santo Sacramento. Esta fiesta sería implantada en Venezuela, respetando las formas pagánicas que tenían en España. Se puede notar la referencia a la religión cristiana de manera evidente, así como su correspondencia con elementos marcados por la religión católica: la presencia de Cristo en el Sacramento de la Eucaristía (para los católicos es el alimento de Cristo, la hostia y el vino de la última cena). Las formas de la religión católica presentes en la fiesta se manifiestan en varios niveles: se puede distinguir una secuencia que se desarrolla en el cuadro oficial de la Iglesia, esto es la misa, la procesión, la autorización para la celebración de la fiesta, el juramento de los nuevos danzantes. Se puede notar de otra parte, que la Iglesia garantiza la vigilancia y a la orien-

tación moral y espiritual del conjunto de situaciones que se desarrollan bien al interior de la fiesta como fuera de ella. Es sobre su control que se suceden los rituales de la fiesta y las invocaciones que se desarrollan.

Realmente no existe, propiamente hablando, aspectos de la fiesta tomadas de otras religiones que no sea la católica. El hecho que se le designe como una fiesta pagana tiene que ver con las características de un sincretismo cultural de grupos negros e indios muy marcada. Se puede decir que se encuentran elementos culturales de estos grupos étnicos, mezclados con la tradición católica para producir una expresión nueva.

En la fiesta de Diablos Danzantes, la figura central del Diablo adquiere una fisonomía muy particular, en tanto que se convierte en mediador de dos mundos, Dios y los hombres. Es a través del Diablo que se le da gracias a Dios, al mismo tiempo que se muestra a los hombres los males que él puede encontrar en su entorno social. De la misma manera, el Diablo se convierte en un orientador, en tanto que es él quien tiene las llaves para exorcizar las malas influencias. Está próximo a los hombres, y como tal, es capaz de producir enfermedades, muertes, trampear la vida cotidiana, de igual forma tiene el poder de curación y de redención; por ello, es necesario hacerle promesa de recompensa, para así darle gracias por los favores recibidos.

Se piensa generalmente que la fiesta procura una buena salud y elimina las frustraciones de la vida cotidiana. Cuando estos pedidos y la esperanza de los hombres se cumplen, el espíritu de la fiesta reclama que se le agradezca danzando para ella. La fiesta aparece en el ámbito de las representaciones como un bien soñado y permitido donde los individuos pueden expresarse de manera significativa delante de todo el mundo, rompiendo, por el tiempo de la fiesta, las numerosas determinaciones que lo mantienen en un cuadro social rígido. Estas creencias deben ser ligadas a una suerte de magia de la fiesta y a su capacidad de redención.

### **Festividad y celebración religiosa**

Los componentes que organizan la identidad de la fiesta de Diablos Danzantes son dos formas fuertemente diferenciadas pero razonablemente ligadas por el tiempo de su representación. Por un lado, tenemos la religión, el esqueleto, la matriz. La fiesta es de origen religioso y católico. Los sujetos, en tanto que objetos de la fiesta, tienen una figu-

ra y una temática católica. Si se elimina la religión quizás no habría fiesta de Diablos Danzantes. De otro lado, encontramos un componente popular, de los encargados de la ejecución de la fiesta. Las ideas de base de su puesta en escena son paganas, salidas del pueblo, los comportamientos calcan todos los "vicios" de la vida de los hombres. El pueblo tiene una participación tan fundamental que la fiesta evita ser la réplica del Corpus Christie celebrado un poco por todo el mundo.

En lo que concierne a la religión, es una institución que chapotea todas las instituciones humanas, ella es el centro de la regulación y del control de los comportamientos humanos; ella dicta la fisonomía del destino de los hombres. La fiesta es la ilustración ampliada de los esquemas católicos y de la finalidad del bien sobre el mal. Las formas que ella ha podido tomar en los pueblos donde existen Diablos Danzantes en Venezuela, están ligadas a la historia misma del catolicismo en esas regiones.

En Venezuela, desde los primeros tiempos de la colonización se comienza a desarrollar un catolicismo original entre los sectores medios (artesanos independientes, pequeños comerciantes) y sobre todo, en el campesinado (colonos pobres, mestizos y descendientes de esclavos libres). Este catolicismo, es caracterizado por el culto a los santos, a los muertos y a otros personajes de las creencias populares. Es por ello que esas "... formas dichas "populares" de religión percibidas hoy, se encuentran ennoblecidas de una ancestralidad que remonta a los orígenes" (Isambert, 1982, pag 27).

Esta religiosidad, de otra parte, se refiere a una realidad histórica determinada que está en relación con el camino recorrido por la Iglesia Católica desde el proceso de evangelización colonial. En América Latina, este proceso ha estado combinado con representaciones y prácticas religiosas de los indios y los africanos, produciendo comúnmente fenómenos sincréticos donde emerge un sistema de significaciones superpuesta, es decir que hay formas religiosas indias y africanas recubiertas en apariencia por formas católicas.

La manera como los hombres se expresan en su fiesta es posible solo en acuerdo con la Iglesia. Los actores que miman al Diablo son esos mismos que la Iglesia considera como los fervorosos del Diablo: la sociedad misma de los hombres. Sus vicios y su desbordamiento refuerzan esta certitud. La fiesta es la puesta en escena religiosa del orden de su moralidad, donde los hombres son encargados de ejecutarla pa-

ra sacar las enseñanzas. Estos esquemas de cultos y culturales son hoy lo que son, por el consentimiento, las imposiciones y la permisividad del catolicismo en la región.

El pueblo juega su propio rol en la puesta en escena de la moralidad católica; es decir, de oveja descarriada que la iglesia quiere llevar a buen abrigo. Los participantes, están encargados de mostrar su imagen negativa, satánica. Se puede pensar que la iglesia ha podido consentir esta festividad, porque ella está dentro de los esquemas estrictos de la escatología del bien y del mal, que el pueblo ha integrado a sus prácticas campesinas, sus modos de vida, sus reglas sociales, para acentuar los trazos del modelo ideal de conducta demoniaca, el cual se expresa a través de la danza, las borracheras, las mascaradas y el desbordamiento de su auto-celebración al mismo tiempo.

La fiesta de Diablos Danzantes tiene un sabio compromiso entre lo religioso y lo pagano. El pueblo no se siente extranjero, al contrario, él expresa una religiosidad que abraza como su propia emanación. La noción de religiosidad popular extrae su definición de esta confluencia de realidades duales. La dimensión religiosa de la fiesta es integrada por los participantes como elemento fundamental de su sistema de pensamiento y de creencias. La fiesta de Diablos Danzantes postula una forma de religiosidad particular donde se evoca una oposición, una reacción a la religiosidad oficial. La festividad aparece como la expresión de la religiosidad popular, donde se puede ver el culto católico integrado a las prácticas sociales y culturales profanas.

La noción de religión popular establece una diferencia entre el catolicismo oficial y las prácticas religiosas de un sector de la población que no obedece a los cánones de la iglesia. Ellas son consideradas como supersticiones. ¿Dónde está, entonces, la religión del pueblo? Las repuestas varían según los criterios que sirven para definir implícita o explícitamente esta religión del pueblo.

Toda forma de religión no institucional es vista como tradicional, folklórica, sincrética, mágica etc., colocada en los contornos de la superstición y la alienación. De otro lado, a un nivel teórico, se encuentra que la religión popular es una reacción a la religión oficial. De la misma manera, se señala la tendencia de creer que ese contorno de la religión popular está ligada a las costumbres y creencia rurales. Estas son vistas como supervivencias vividas y practicadas por este sector de la población.

Se toma la religión popular con relación a las creencias de la gente "simple" por oposición a esas de la gente que conoce la teología, o aquellas que encuentra elementos que oponen la tradición y la vida moderna. Es decir, la religión popular con relación a las creencias de las sociedades tradicionales en oposición a esas del medio urbano e industrial, en los cuales la oposición fundamental es entre la cultura vivida y la sociedad de consumo, donde la religión católica es el centro de todas las creencias religiosas.

Cuando se habla de religión popular, se hace referencia a un cierto número de aspectos comunes, a una religiosidad vivida en el ámbito de las representaciones, afectos y costumbres. El fenómeno religioso popular hace referencia a una manifestación espontánea de la creatividad colectiva, a una necesidad afectiva, a una relación "simple", "directa", "rentable", del hombre con lo divino.

"En otros términos, diremos gustosamente que el fenómeno religioso deviene popular cuando él manifiesta una hostilidad a la objetivación sistemática de las creencias religiosas, cuando él es explosión de afectividad subjetiva y cuando él une lo divino al horizonte mental cotidiano del hombre. En resumen, cuando él humaniza a Dios para sentirlo más próximo, captando su fuerza a través de técnicas que el hombre inventa." (Meslin, 1972, pag 7).

De esta manera, el fenómeno religioso popular evoca una cierta espontaneidad y una cierta humanización. "Por donde nosotros lo descubrimos, el fenómeno religioso popular presenta aspectos comunes. El es espontáneo y salido de la creatividad colectiva. El corresponde a necesidades afectivas. El proviene de los deseos del hombre de anudar con lo divino relaciones simples, directas, rentables. Haciéndose él se constituye, por oposición, a la religión establecida, juzgada muy oficial, muy fría" (Meslin, 1972, pag 5).

Unida a estas características, y a partir de nuestras observaciones, podemos decir que, en Venezuela, de manera general y más precisamente en las comunidades donde se práctica la fiesta de Diablos Danzantes, existe una falta de educación "formal" católica, lo cual abre una brecha que es llenada por la propia construcción del pueblo, dando nacimiento a un conjunto de asociaciones de creación popular hechas a partir de la religión católica. Esta expresión religiosa popular no obedece a las reglas formales de los preceptos de la iglesia. Al contrario, se observa que existe en este sistema una suerte de flexibilidad donde

es posible meter junto tanto creencias formales de la religión católica, tanto creencias en almas o personajes legendarios o alguna divinidad particular.

La población que expresa sus creencias, al margen de la religión católica, no tiene verdaderamente una conciencia clara de este hecho o un cuerpo doctrinario que guíe la conformación religiosa de la creación popular. Es por ello que es completamente normal amalgamar diferentes creencias, sin por tanto, meter en peligro su pertenencia o su fe en la iglesia católica. No existe ninguna contradicción entre esas formas de creencias opuestas, es por ello que, los practicantes pueden decir sin problema que ellos son ante todo católicos, a pesar que sus creencias están en contradicción con el cuerpo doctrinal del catolicismo.

La expresión "religión popular", según Isambert, designa corrientemente "... un conjunto de prácticas, de creencias, una cierta manera de ser religioso, como característica de ciertas capas de la población." (Isambert, 1982, pag 27)

En Venezuela, como en las comunidades donde se celebra la fiesta de Diablos Danzantes, la religiosidad es caracterizada por una espontaneidad y una humanización de personajes sagrados. Estos personajes religiosos son de una gran singularidad, ellos son personajes familiares, próximos al individuo, a ellos se les habla como si fueran reales, se les piden deseos, se les castiga y se les porta devoción.

El primer recurso de estas formas religiosas es "... la liberación "de los males del cuerpo y del alma" cuyo destinatario son los santos. Lo cual hace que la religión popular sea, primero, una "religión de santo". A este recurso están comúnmente asociados los "deseos", que testimonian una religión contractual donde el aspecto prometico no esta ausente" (isambert, 1982, pag 24).

Usualmente en Venezuela se le pide a los "santos" que resuelvan sus problemas. El termino "santo" no designa solamente a esos canonizados por la iglesia, sino aquellos que pertenecen al mundo sobrenatural, los cuales se benefician igualmente del poder divino para proteger a los hombres. La vida ejemplar del santo, y sus cualidades hacen de él un personaje integrado a la vida de todos los individuos. Es a los santos y no a Dios (según los cristianos creador, maestro, principio de la explicación del mundo), que el culto es rendido. Se le pide ayuda y protección por las cosas banales de la vida: trabajo, salud, amor etc. Se les

habla, si ellos responden favorablemente se les da las gracias, si, por el contrario, no cumplen con lo pedido, se les puede castigar retirándolo del altar, colocándolo contra el muro, rodeándolo de cuerda o cualquier otro castigo que el creyente considere.

Se puede decir que, Venezuela, es un país donde las supersticiones constituyen el entorno imaginario, casi cotidiano, en el cual la población vive. Las creencias en el Diablo no son más que una de esas supersticiones.

En las diferentes comunidades donde se realiza la fiesta, como en el país, se puede ver que las creencias se organizan y se poseionan en referencia a otras, evitando contradicciones. Esto permite una perfecta cohabitación. Esto pasa como si diferentes creencias tuvieran un desarrollo y una multiplicidad de sistemas de comprensión y de explicación del hombre. Cada una entre ellas tiene un lugar determinante y autónomo con relación a otras, sin dejar de estar ligadas a un destino común; no existe ninguna apariencia de antagonismo, de adversidad por el contrario, una suerte de estructura complementaria integrada, es la que resurge.

Todas estas creencias forman parte de la expresión de la sensibilidad religiosa del venezolano. La fiesta de Diablos Danzantes constituye entonces un lugar indisoluble con el sector de la vida religiosa de la comunidad que le da vida a los Diablos Danzantes.

Es necesario señalar que los pueblos donde tiene lugar las fiestas de Diablos Danzantes, todos los Jueves de Corpus Christie, existen una diversidad de prácticas sociales de carácter religioso y simbólico producto de la tradición. Entre ellas encontramos prácticas festivas que han sobrevivido en el tiempo, en la memoria del pueblo, no solamente como recuerdo individual, sino como recuerdo colectivo que se expresa en actos cotidianos utilizados por grupos sociales, para revivir ritos y creencias que vienen del pasado. Estos recuerdos tienen un sentido para el grupo, ellos se adaptan al contexto actual porque ellos satisfacen las necesidades reales y concretas de la vida cotidiana. Las prácticas festivas están en relación estrecha con la concepción del mundo, las representaciones colectivas y las creencias de la comunidad.

La fiesta de Diablos Danzantes se remite a una suerte de religiosidad popular donde se puede cernir los cultos católicos integrados a las prácticas sociales y culturales profanas. La relación que se establece entre las comunidades que celebra la fiesta y la sociedad venezolana

son basadas sobre creencias que se justifican por una eficacia y una realización simbólica.

Entendemos que las creencias y las representaciones religiosas adquieren sentido por el efecto simbólico que la gente piensa le aporta la experiencia religiosa, puesto que el objeto religioso posee cualidades que otro no posee. Esta eficacia simbólica atribuida al hecho religioso está ligada a la función de evocación del proceso de expulsión o de destrucción del mal o del retorno al estado de equilibrio, el cual se encuentra cuando el individuo retira un conjunto de satisfacciones intelectuales o efectivas mientras ejecuta cualquier práctica religiosa. Las representaciones y las creencias religiosas unidas a la eficacia simbólica, que es su corolario, traducen indiscutiblemente las necesidades de religiosidad y la demanda de lo sagrado en nuestras sociedades.

Lo sagrado es la esencia del sentimiento religioso. Es la característica de tales representaciones religiosas, de las ideas que los individuos se hacen con relación al mundo real o imaginario. A través de lo sagrado el hombre constituye un universo para sí. Durante su existencia, frente a ciertas manifestaciones, el hombre hace intervenir los elementos que se pueden denominar sobrenaturales. Toda experiencia de lo sagrado "... deviene institución, se organiza en el tiempo y en el espacio, haciendo un llamado a las estructuras simbólicas de la imaginación humana." (Wunenberg, 1981, pag 3)

La experiencia de lo sagrado está unida no sólo a los cuadros religiosos institucionales, sino que también puede encontrarse enfrentada a un mundo misterioso de encantamientos y fantasmas. Es por ello que lo sagrado impregna toda la percepción del hombre religioso.

Uno de los elementos que permite comprender el vigor permanente y actual del hecho religioso lo constituyen las creencias, las que permiten que las ideas religiosas perduren en el tiempo. No hay práctica religiosa que no sea acompañada, tanto en los oficiantes como en los fieles, de creencias en personajes divinos o sagrados que se manifiestan en una forma más o menos simbólica.

Las creencias están presentes en lo vivido cotidiano, en lo vivido real o imaginario de la sociedad, pues creer por ejemplo, en las prácticas de brujería sólo tiene sentido en la medida que todo el mundo crea que hay brujas. Como dice Lèvi-Strauss, en su libro *Antropología Estructural* (Lèvi-Strauss, 1958) la eficacia simbólica no es un encadenamiento de causa - efecto, por el contrario, ella es la consecuencia de



las creencias colectivas. Para él, la eficacia simbólica es un fenómeno de consenso, es necesario creer, pero es necesario igualmente que todos crean. La eficacia es posible cuando los individuos creen en ella y no a la inversa, de manera que es necesario la creencia colectiva en esta eficacia.

Estas creencias en la eficacia funcional son reconocidas en la fiesta de Diablos Danzantes, pues ella forma parte de las acciones rituales. Esta última unida a los mitos, ceremonias y tradiciones constituyen la manera como una sociedad expresa sus creencias. En todo caso, las creencias son la base de las maneras reales o simbólicas de negociar la existencia cotidiana y el imaginario social que se despliega libremente en el curso de la festividad con exceso e impunidad en el tiempo y en el espacio de la misma.

Creemos que la fiesta de Diablos Danzantes, su textura, sus significaciones, sus temas, su moralidad es susceptible de traducir los mitos sociales y religiosos de la población.

La fiesta Diablos Danzantes, se presenta en efecto como un campo religioso, ella es susceptible de erigirse en un sistema religioso más o menos autónomo y complejo. Dentro de este sistema, las dimensiones propiamente sagradas, salidas del cristianismo y las dimensiones profanas venidas de prácticas corrientes de la vida social se mezclan en una suerte de simbiosis perfecta, todo se pasa como si la fuerza de lo sagrado y la omnipresencia de lo profano produce un sistema adecuado y flexible, que corresponde a los sistemas de pensamiento y a las creencias populares, por otra parte, la fiesta parece tener una práctica religiosa descargada del constreñimiento extremo de la religión oficial.

La celebración de la fiesta de Diablos Danzantes es una manifestación de la religiosidad popular, donde el discurso de la religión oficial es integrado, éste es percibido según los criterios prácticos de la vida, y en tanto tal es puesto en escena y celebrados hoy como ayer. Las significaciones restan idénticas, se trata de una puesta en práctica de una representación de la palabra sagrada, en este caso se trata de una reapropiación de lo sagrado al nivel de lo profano, nacido de formas pagánicas.

**Citas bibliográficas**

MESLIN M.

- 1972 "Le phénomène religieux populaire" in. Les religions populaires: Colloque international.

ISAMBERT François

- 1982 Le sens du sacré, fête et religion populaires, Paris, Les Editions de Minuit.

WUNEMBURGER, Jean-Jacques

- 1981 Le sacré, Paris, PUF, Que sais-je.

LÉVI-STRAUSS Claude

- 1958 Anthropologie Structurale, Paris, éd Plon, 1958.

# RELIGIÃO Y SIMULACRO

## alterações do campo religioso

### Latino-Americano

*José Rubens L. Jardimino*

As manifestações do sagrado, no desenrolar da História das Religiões, se dirigiram sempre para uma experiência simulacional. As crenças e os ritos são os dois pólos que as regulam. O primeiro consiste nas representações e o segundo nas ações que dão contornos à visão de mundo de cada grupo religioso nas diversas experiências sociais. Para Durkheim, ambos se constituem nos sistemas de representações que explicam a natureza daquilo que chamamos de "sagrado".

A religião se erigiu como um simulacro de várias naturezas. Os gestos litúrgicos; o movimento espaço-temporal que firma a fundação de uma determinada religião, e conseqüentemente, a exigência de um "eterno retorno"; a palavra-oráculo (narrativa fundante) e as fórmulas teológicas (dogmas e doutrinas); os objetos sagrados; o sacrifício, dentre outros, compõem o mundo simulacional onde a experiência religiosa habita.

Rudolf Otto, referindo-se às primeiras manifestações do sagrado, considerou a magia um sistema de representações, ou seja, "um conjunto de simulacros e de atos simbólicos que são realizados independentemente de toda reflexão e de toda teoria, a fim de exercer uma ação sobre os eventos e de regulá-los segundo seus desejos, ainda que o evento seja em si completamente fora da esfera de suas práticas". Nesta mesma corrente, se insere Bataille, que ao examinar o sacrifício enquanto festa, na experiência arcaica do sagrado, considera que o fundamento da vivência religiosa esteve sempre em representações fora do real, ou pelo menos, fora das atividades concretas da vida. A intenção implícita do sacrifício não seria a de destruir a vítima, mas a coisa que nela existe [o real], a fim de que esta experiência se torne um simulacro de "religare" com a intimidade do mundo divino. Como afirma Ba-

taille, "o sacrificio destrói os laços de subordinação reais de um objeto (...) e vira as costas às relações reais. Se as levassem em conta, violaria sua própria natureza, que é justamente o oposto desse mundo das coisas que funda a realidade distinta. Ele não poderia destruir o animal enquanto coisa sem negar sua realidade objetiva".

Isso nos permite pensar que as representações do sagrado e do profano - os dois pólos da vida religiosa - determinam a validade de cada conteúdo religioso num determinado tempo e espaço referencial, e apontam qual delas deve receber o status de religião, ou seja, qual simulacro tem o poder de determinar a cosmovisão de uma sociedade dada.

Neste trabalho procuramos perceber, através de imagens e recortes da experiência do campo religioso latinoamericano, a relação da religião com a sociedade, num tempo em que o simulacro tem sido considerado uma das características mais marcantes.

## **1. Religião e Pós Modernidade: um reencantamento do mundo**

Quando falamos de reencantamento do mundo, estamos tentando nos sintonizar com novas representações. É possível perceber este reencantamento nos vários setores da vida social. Como habitantes de um mundo que se reorganiza em todas as dimensões e esferas da vida, do econômico ao político, do privado ao público, do educacional ao familiar, podemos perceber que os valores estão mudando. Há como que um reencantamento no mundo sob o qual se aloja nossa procura de paradigmas, nosso desejo de nos firmar numa identidade tribal, apesar do unionismo do mundo. O reencantamento passa então pela busca de determinação de um espaço diferencial dentro da atual padronização global.

Dentre as diversas causas apontadas para justificar esse reencantamento, ressalta-se a tão decantada "quebra de paradigmas". Nela se inserem nossas dúvidas, pois os referenciais que nos serviam de parâmetros, com o quais avaliávamos tudo, dissolveram-se, e os lugares seguros de nossas ciências, teorias e dogmas se tornaram virtuais, ou, no mínimo, complexos.

Se podemos falar de novas representações em todas as dimensões, de um intenso movimento do real para o virtual, e de uma reorganização dos simulacros nas mais variadas instâncias da vida, cabe

tamb3m, falar dos reajustes da vida religiosa, em meio a essas transforma33es, ou melhor dizendo, de um reencantamento do sagrado.

No mundo desencantado weberiano, os deuses e os mitos se encontram exilados e os elementos m3gico-religiosos substituídos pela t3cnica, pela ci3ncia e pelas formas do desenvolvimento da racionalidade burocr3tica das organiza33es. A Modernidade havia trocado o mundo habitado pelo sagrado pelo m3gico e pelo "mysterium tremendum" por um mundo racionalizado. Deste, voamos rapidamente para um mundo reencantado - a P3s-Modernidade.

## **2. Tempo e Espaço sagrados/profanos nas altera33es do campo religioso**

A Filosofia cl3ssica tratou o tempo de maneira geral, classificando-o apenas em tempo objetivo e subjetivo. Dizendo de outra maneira: h3 uma concep33o do tempo que est3 em rela33o ao sujeito - tempo para n3s; e outra que est3 em rela33o ao mundo, chamado de tempo vulgar, pois estabelece uma concep33o de temporalidade hist3rica. Assim, h3 um tempo kron3s [c3smico - da hist3ria] e um tempo Kai-r3s [do Dasein]. Isso nos permite entender as divis3es do conceito de tempo em filosofia. Castoriadis interpreta essa divis3o do tempo herdada da filosofia ocidental da seguinte maneira:

A filosofia se concentrou ou sobre um tempo coisificado, id3ntit3rio (conídico), que se sup3e ser essencialmente mensur3vel, que deve portanto ser considerado centralmente do ponto de vista da repeti33o do id3ntico (periodicidade), ignorando, assim, entre numerosos outros enigmas, o dado primeiro da emerg3ncia da alteridade; ou sobre um tempo vivido, tempo da experi3ncia do sujeito que s3 pode, como tal, ser a cada vez subjetivo em extremo, no sentido depreciador do termo subjetivo, o que faz da exist3ncia tanto um tempo p3blico como c3smico(...)

Ricoeur afirma que essa divis3o entre o objetivo e subjetivo trouxe dificuldades de compreens3o do tempo para todo o projeto da filosofia ocidental. Ele chamou de fenomenol3gico [tempo subjetivo] as concep33es vindas da filosofia com evidente heran3a agostiniana [Kant, Husserl, Heidegger] e de cosmol3gico [tempo objetivo] as concep33es herdadas da filosofia cl3ssica [Plat3o e Arist3teles].

Quem retoma a discuss3o sobre o tempo numa perspectiva mais pr3xima do sentido de kair3s 3 Heidegger, com sua explica33o do

ser presente. Essa presença do ser está somente ligada ao antes e ao depois numa perspectiva temporal cronológica, pois sua constituição acontece em um tempo infinito, no sentido de que todo o tempo presente já foi há alguns instantes e o será dentro de outros. Assim, o que importa é a presentibilidade do ser - o de tempo kairótico - vinculando-se à idéia do momento oportuno e favorável do "ser aí".

As exegeses de Heidegger sobre o tempo como infinito nos remetem a outro extremo: a consciência da infinitude leva, conseqüentemente, à consciência da efemeridade. Há algo efêmero que deve ser vivido na sua presentibilidade, no instante exato do "ser aí".

Pensar o tempo na categoria vulgar da filosofia clássica, que o estabelece numa perspectiva "kronós", nos leva a concluir que se podemos pensar o tempo até o fim, teremos que obrigatoriamente pensar em sempre mais tempo. E isso, por si só, já aponta um paradoxo, pois aí a infinitude já está revelada. Conforme Heidegger "essa tese a respeito do tempo só se torna possível sobre a base de um orientar-se pelo tempo em si mesmo, flutuante num vazio, de um transcorrer sucessivo de horas (...) uma seqüência de horas que não permite encontrar o fim"

A filosofia moderna, ainda que devedora à concepção da temporalidade aristotélica, apresentou duas versões que estabeleceram um elo bastante importante para relacionar as categorias tempo e espaço. As definições de que o "espaço é tempo", de Hegel, e de que o "tempo é espaço", de Bergson, nos permitem entender melhor essas categorias.

Hegel, mesmo seguindo a tradição filosófica sobre a compreensão vulgar de tempo como uma sucessão das horas, radicaliza o conceito ao introduzir a relação deste com o espaço. Neste sentido, a sua concepção de tempo aparece em companhia de um lugar e um movimento. Entendendo o espaço como uma pluralidade abstrata de pontos que, apesar de estarem mesclados, se distinguem um fora do outro, este "ser" espaço só pode ser revelado como tempo. Para Hegel, o tempo é na verdade o espaço, o ponto do iminentemente "agora", - o momento absoluto do ser presente. Assim a concepção espaço/temporal hegeliana se dá na experiência do ser-para-si, e está próxima à idéia de uma sucessão qualitativa do "agora" do ser presente. Hegel não chega a negar a concepção vulgar do tempo aristotélico, mas, acrescenta a possibilidade quantitativa do tempo [antes e depois].

Numa compreensão da relação tempo/espaço bem próxima à hegeliana, Castoriadis conclui que o tempo contém o espaço, uma vez

que 3 no tempo que emergem ou s3o criadas as formas. Desta maneira, "a perspectiva do espaço 3 essencialmente deficiente. Considerado enquanto tal, o ser de uma forma n3o se refere, n3o 3 ligado a uma sucess3o qualquer, a um passado/presente/futuro; nem tem necessidade de tempo para aparecer como tal. [A forma como tal implica o espaço, a multiplicidade simult3nea. Ela n3o implica o tempo, a multiplicidade sucessiva; 3 sua emerg3ncia que requer e esconde o tempo].(...) O tempo 3 essa emerg3ncia como tal - ao passo que o espaço 3 'soment' o seu comitante necess3rio"

Assim, nesta r3pida incurs3o sobre o conceito de tempo e espaço, embora privilegiando apenas alguns pontos da concepço filos3fica, chegamos pr3ximo 3quilo que nos parece capital para compreender o tempo e o espaço religioso contempor3neo. Por3m, antes de faz3-lo, deter-nos-emos, um pouco, nas an3lises das Ci3ncias da Religi3o sobre o tempo e espaço na perspectiva do sensible o consciente ante la presencia, ausemismo e de algumas formas de classificaço primitiva, determinar o nascimento do fen3meno do sagrado por meio dos elementos constitutivos de qualquer religi3o e apontar sua funço social. Otto, por outro lado, procurou atrav3s do Cristianismo, detectar e explicar os elementos racionais e n3o-racionais da experi3ncia com o sagrado, por entender que s3o categorias a priori para a compreens3o das relaço3es do homem com o sagrado. Neste percurso, teve que, necessariamente, passar pela trilha onde se encontra o profano. Embora n3o tenha se detido nos enigmas da dicotomia, Otto centrou seu estudo na hist3ria comparada das religi3es e na explicaço da racionalidade do milagre e da n3o-racionalidade de muitas outras experi3ncias que o sagrado pode proporcionar.

A contribuiço espec3fica sobre a di3de sagrado/profano vai ser oferecida por Eliade. Seu estudo exaustivo das relaço3es destes dois p3los da vida religiosa vai nos mostrar como o homem se situa e compreende o tempo e o espaço a partir de sua relaço com o sagrado e com o profano. Como afirma Eliade: "o sagrado e o profano constituem duas modalidades de ser no mundo, duas situaço3es existenciais assumidas pelo homem ao longo da sua hist3ria(...) Em 3ltima inst3ncia, os modos de ser sagrado e profano dependem das diferentes posiço3es que o homem conquistou no cosmos "

Aqui se encontra a "pedra de toque" do pensamento das Ci3ncias da Religi3o - o sagrado e o profano numa dimens3o espaço/temporal. Para introduzir o quest3o do espaço sagrado, Eliade retoma a te-

se aristotélica do espaço como uma seqüência de pontos antes e depois - a relação físico-matemática do espaço. Ao afirmar que o idéia de espaço está subentendida na fundação de um mundo, ou seja, "para viver no mundo é preciso fundá-lo", retoma a concepção do ponto fixo [centro do mundo] que cria o espaço. A questão é que este ponto fixo criador do mundo é uma experiência do sagrado. Isso lançou um problema para Eliade: qual o mundo em que o profano habita? Dizendo de outra maneira: qual a experiência do espaço que vivencia o homem não-religioso?

Se considerarmos espaço profano como tudo o que está fora do espaço sagrado, não resolvemos o problema, pois o espaço sagrado também é constituído por uma heterogeneidade, uma vez que o ponto fixo já, desde há muito tempo, não tem um status ontológico; ao contrário, está fragmentado numa infinidade de pedaços no espaço profano. Daí, o que se pode encontrar são pontos isolados, lugares sagrados que, em muitos casos, já não são os templos ou os montes, como a experiência sagrada primitiva nos fez crer. Todavia, Eliade pressupõe a idéia de que, mesmo na heterogeneidade do espaço no mundo moderno, os espaços sagrados se constituem não só para os "con-sagrado", mas também para os "des-sacralizados". "Pois é nesta experiência do espaço profano[que] ainda intervêm valores que de algum modo lembram a não-homogeneidade específica da experiência religiosa do espaço. Existem locais privilegiados qualitativamente diferentes de outros(...) todos esses locais guardam, mesmo para o homem mais francamente não-religioso, uma qualidade excepcional, "única"(...) como se fora em tais sítios que um ser não-religioso tivesse tido a revelação de uma realidade, diferente daquela de que participa pela sua existência cotidiana "

Neste particular, pode-se fazer uma relação do espaço como ponto de apoio ou de forças no qual o ser se encontra e se supera. Na experiência contemporânea do espaço, já não há mais um ponto fixo que funda o mundo, mas uma pluralidade de pontos em que o homem se movimenta. Há, na verdade, uma quebra na rígida oposição entre o espaço sagrado e o espaço profano.

Já não se orientando mais pela busca da homogeneização do caótico, o espaço, enquanto criação do sagrado, perdeu o seu ponto fixo, pois as revelações e hierofanias que outrora o consagravam, já não o singularizam. Podemos, então, admitir uma profanidade dos espaços sagrados no mundo contemporâneo. Este aspecto vitalizará, mais a



frente, nossa discuss3o sobre as altera33es do campo religioso brasileiro, seu nomadismo espa3o/temporal e a virtualidade do espa3o sagrado na P3s-Modernidade - que preferimos chamar de espa3o-rede-de-comunica33o e n3o mais lugar sagrado.

Quanto aos tempos sagrado e profano, a experi3ncia religiosa os considerou numa perspectiva cronol3gica - um antes e um depois do mito de funda33o. O tempo profano ou ordin3rio, a rigor, n3o existe, visto que o tempo tamb3m foi uma cria33o do sagrado, e na experi3ncia religiosa, ele apenas obedece a uma circularidade indefinidamente repetit3vel. Todo o tempo 3 uma rememora33o de um tempo m3tico. At3 mesmo o Cristianismo, com seu calend3rio lit3rgico baseado num tempo c3smico, n3o flui enquanto tempo cont3nuo, pois est3 organizado a partir de um mito fundante, que, circularmente, obedece a um eterno presente m3tico, no dizer de Eliade.

Se por um lado, o tempo sagrado obedece a uma circularidade - um eterno retorno a um mito na presentabilidade do tempo; por outro lado, nos leva a considerar o seu oposto - o tempo profano - numa perspectiva da exist3ncia. O presente hist3rico que se apresenta numa l3gica n3o-religiosa, e conseq3entemente, n3o-circular, tem um antes e um depois numa seq34ncia linear e finita, ou, como diz Eliade: "para o homem n3o religioso o tempo n3o pode apresentar nem rotura nem 'mist3rio: o tempo constitui a mais profunda dimens3o existencial do homem, est3 ligado 3 sua pr3pria exist3ncia, portanto tem um come3o e um fim que 3 a morte, o aniquilamento da exist3ncia "

Todavia, tanto o tempo sagrado quanto o tempo profano se constituem numa perspectiva de descontinuidade, pois mesmo para o homem n3o-religioso, o tempo ganha uma dimens3o de sacralidade, quando em meio 3 monot3nia do trabalho, ele faz um corte no tempo para as "festas". Isto se assemelha para o homem religioso, quando interrompe o tempo profano, e atrav3s dos ritos, para o "rel3gio", voltando-se para um tempo kair3tico [da maneira que estamos usando o termo]; ou melhor, volta "a um tempo primordial, n3o identific3vel no passado hist3rico, um tempo original, neste sentido em que brotou 'de golpe', que n3o foi percebido por um outro tempo, porque nenhum tempo podia existir antes da apari33o da realidade narrada pelo mito ".

Estas brev3ssimas considera33es sobre o espa3o e o tempo na perspectiva do sagrado e do profano, nos estudos de religi3o, instigam-nos a buscar a compreens3o de como essas duas inst3ncias se configuram na vida religiosa, provocando-lhe altera33es, num contexto em

que tempo e espaço se tornaram fragmentados, descontínuos e profundamente virtuais; e ainda, de como esses dois elementos de organização do mundo são vivenciados nas experiências religiosas contemporâneas.

As concepções de Tempo e Espaço, nos ajudam a compreender as alterações recentes do campo religioso latinoamericano, neste caso específico os novos movimentos religiosos. Partindo da compreensão de que esses grupos se constroem diferentemente em determinadas produções sociais, privilegiamos a análise dessas experiências religiosas contemporâneas como objeto principal desse trabalho. Os deslocamentos das categorias de tempo e espaço presenciadas na Pós-Modernidade nos levam a entendê-las como requisitos primordiais para se compreender as alterações recentes do fenômeno religioso, uma vez que, as novas igrejas do chamado neopentecostalismo se movimentam num tempo e espaço pós-moderno. A produção de seu discurso e suas práticas estão inseridas neste contexto. Daí a necessidade de uma atualização de seus discursos, ritos e práticas cúlitas que aponte para um redimensionamento da experiência espaço-temporal.

Na linha do discurso, identificamos uma alteração substancial. O discurso religioso, tanto na sua versão histórica [Protestantismo de missão], como na sua versão mística [Pentecostalismo clássico], permaneceu alicerçado numa metanarrativa fundamentalista. A primeira herdou da escolástica protestante os dogmas racionais da experiência com o sagrado. A segunda herdou do protestantismo o puritanismo e o pietismo, que, em ambos os casos, se consolidaram em metanarrativas da experiência religiosa. Tanto o Protestantismo histórico como o Pentecostalismo clássico estavam fundamentados na universalidade do discurso divino revelado na Bíblia. Este tinha toda a autoridade, e a partir dele, toda a vida do homem religioso deveria ser pautada.

Os historiadores e teólogos chamaram esta metanarrativa da fé cristã de "fundamentalismo". Embora hoje o termo tenha uma amplitude maior, no fazer teológico, ele designa, especificamente, uma exegese do texto Bíblico como narrativa fundante da fé e da vida cristãs. Prócoro Velásques afirma que o termo ganhou notoriedade através da teologia de Princeton, e foi cunhado por Curtis L Laws como tendência do Protestantismo conservador, por ocasião da Conferência Mundial dos Cristãos em 1919. Suas principais características estão apresentadas em nove artigos estabelecidos por um acordo entre as Igrejas

sobre o que era fundamental ou n3o para a vida e a f3 na Igreja, firmado por ocasi3o da Alian7a Evang3lica, em 1845. Os artigos s3o:

"Inspira73o divina, autoridade e sufici3ncia da B3blia; direito ao exame pessoal das escrituras e dever de faz3-lo; unidade de Deus e afirma73o da trindade; deprava73o total das pessoas como resultado do pecado; encarna73o do filho de Deus, sua obra de reden73o, sua intercess3o mediadora e seu reino; justifica73o exclusivamente pela f3; atua73o do Esp3rito Santo na convers3o e na santifica73o; imortalidade da alma, ressurrei73o do corpo, julgamento do mundo por Jesus Cristo seguido da b3n73o eterna para os justos e da condena73o eterna para os n3o-justificados; institui73o divina do minist3rio crist3o e obrigatoriedade e perpetuidade dos sacramentos do batismo e da eucaristia".

Os neopentecostais, ainda que por tradi73o, herdeiros desta estrutura discursiva, passaram a reinvent3-la, intra e extra-muros eclesi3sticos. No culto, as narrativas b3blicas s3o fragmentadas, de tal modo que se assemelham 3s vinhetas do mundo da propaganda e da ind3stria cultural. A B3blia, como documento fundamentalista, mant3m-se como estrutura ideol3gica discursiva, por3m, adapta-se 3s necessidades de um tempo em que a vida coletiva est3 dominada por uma mutipli- cidade de jogos de linguagem diferentes e incompat3veis, em que se estabelece uma passagem discursiva das grandes narrativas monol3ticas e fundantes do mundo pol3tico, social e religioso para uma ordem discursiva fragmentada e aut3noma - as micronarrativas.

Os m3ltiplos jogos de linguagem da fragmenta73o p3s-moderna se constitu3ram num "verniz de contemporaneidade" deste universo religioso. N3o mais importa a estrutura b3blico-teol3gica, uma vez que a teologia 3 uma racionaliza73o da inspira73o religiosa; 3 necess3rio reunir as massas e para tanto refaz-se a exegese e diluem-se as "verdades" da f3 fundamentalista de suas origens, num discurso plural, ef3mero e fragmentado, num arco-3ris de m3ltiplas linguagens

O que se observa 3 que nessa reconstru73o do discurso, o universo religioso buscou, dentre os v3rios meios que a Teologia oferece, delimitar o que dizer e o que n3o dizer; isto 3, diante das v3rias possibilidades dadas por determinada conjuntura hist3rica, o Neopentecostalismo retoma o seu discurso fundante para reformul3-lo e adequ3-lo 3s exig3ncias dos novos tempos, utilizando-se de estrat3gicas discursivas para explicitar e atualizar o que deseja e rejeitar o indesej3vel. Assim, evidencia a dupla face do discurso: a primeira, que o discurso se rela-

ciona com sua própria origem; a segunda, que neste processo discursivo se dá o mascaramento e a rejeição do discurso do outro.

A heterogeneidade do discurso neopentecostal se insere, assim, dentro de uma nova exigência histórico-social, adaptando sua produção religiosa aos ditames do tempo e do espaço pós-modernos. Se por um lado, reelabora seu discurso, deslocando-o de suas origens [fundamentalismo] e simulando um mascaramento das narrativas fundantes em novos jogos de linguagem que rejeitam e desqualificam o discurso do outro; por outro lado, mostra-se absolutamente coerente com sua formação discursiva. No dizer de Eco, cada discurso traz marcas "arqueológicas" das narrativas míticas fundantes transformando-as num "imenso armazém de soluções codificadas".

Neste sentido, o discurso neopentecostal, enquanto produção social do contexto pós-moderno, se insere num quadro de alteração do campo religioso, uma vez que a Palavra é um importante elemento do mundo protestante. Assim, mantém-se ao lado das metanarrativas fundantes, e, ao mesmo tempo, relaciona-se com variadas formas discursivas do mundo contemporâneo, tornando-se uma religião pós-moderna.

Um segundo elemento que queremos indicar como portador desta alteração do campo religioso, diz respeito às concepções de espaço sagrado e espaço profano. Campos, em seu estudo sobre o espaço cúltico e os ritos da Igreja Universal do Reino de Deus, aponta o espaço arquitetônico como um lugar "energético" e de proteção, onde o homem encontra, em meio à diversidade de espaços sociais, um lugar para sua re-santificação. Contudo, Campos, ainda que tenha percebido a profanidade do espaço religioso neopentecostal, na relação apontada como vertical-horizontal deste tipo de vida religiosa, mantém ainda viva, no Neopentecostalismo, a separação entre o sagrado e o profano. Afirma que, "depois de passar pelo templo, o iurdiano sai do espaço sagrado e volta para o mundo profano, agora agindo como um propagandista de sua nova fé, enquanto se delicia no que for possível de tudo que a sociedade produziu para o conforto e o bem-estar do ser humano "

Na experiência cristã, o espaço sagrado onde se desenrolam os ritos é de certa forma organizado para contrapor-se ao espaço profano, considerado caótico. Por isso, os templos são, na verdade, lugares de sonhos e desejos, de segurança e beleza separados do espaço profano - o da insegurança, do perigo e da desumanização.

Esta dicotomia foi rompida nas igrejas do Neopentecostalismo. Primeiro, porque o lugar de culto foi descentralizado do espaço arquitet3nico, consagrado especialmente para essa atividade; segundo, porque o templo, outrora espaço sagrado, no momento do culto (que por designa3n3o pr3pria da religi3o deveria ser um tempo sagrado), transforma-se num lugar de m3ltiplas experi3ncias onde sagrado e profano se mesclam. A pr3pria funcionalidade do espaço, nestas igrejas, permite acomoda33es, que v3o desde 3s trocas mercadol3gicas da venda dos bens materiais, 3s comodidades dos templos, confortavelmente equipados, com lanchonetes, livrarias e lojas de pequenos objetos da igreja; at3 3s trocas simb3licas materializadas na chamada "teologia da prosperidade".

Esperar que a religi3o da P3s-Modernidade se enquadre num vigoroso antagonismo com rela33o 3s materializa33es do capital, do tempo e do espaço, marcados, precisamente, pela hegemonia capitalista, 3, na verdade, n3o entender o que est3 se passando no interior do campo religioso neste continente. Ao contr3rio, o movimento Neopentecostal se tornou uma religi3o do ajuste.

Esta realidade mostra que, na experi3ncia desta express3o religiosa, tempo e espaço deixam de ser sagrados ou profanos, est3o apenas constitu3dos de uma "presentabilidade" marcada pelo compromisso de cada um em superar as dificuldades do cotidiano, aqui e agora. Neste particular, o ideal m3tico de um retorno ao tempo da origem [o para3so]; ao tempo prodigioso desde o qual tudo veio a existir, n3o mais se sustenta, pois a 3nica cosmogonia existente 3 a do presente. Este ser3, imutavelmente, o tempo m3tico. Em meio a esta experi3ncia, j3 n3o se pode afirmar que a Igreja constitui-se numa ruptura do espaço profano de uma cidade moderna, nem tampouco, que o serviço religioso marque um corte na realidade espaço-temporal, pois a experi3ncia religiosa, no mundo p3s-moderno, j3 n3o coincide com o lugar em que ela ocorre, mas est3 fragmentada nos v3rios espaços do mundo.

A Igreja, enquanto espaço centralizador da vida religiosa, assume um papel de mediador do pacto que o fiel estabelece com a divindade, no plano de sua vida financeira. O sucesso econ3mico e a prosperidade s3o sinais vis3veis de que Deus est3 com o fiel e vice-versa. Prosperidade 3 sinal da b3nç3o da divindade, uma elei33o.

Este altera3n no discurso religioso ultrapassou os limites da religi3n dos deserdados (Pentecostalismo cl3ssico), em que a salva3n com 3nfase apocal3ptica e milenarista assegurava ao fiel as promessas dos "bens sagrados", inating3veis para as classes poderosas. Seus seguidores abandonaram as aspira3n3es de uma comunidade com esp3rito de solidariedade e de companheirismo entre irm3os para expressar a individualidade da religi3n moderna - cada um por si, que Deus far3 por todos. Sacralizam o mercado como o 3nico realizador de todos os desejos. Tal qual o discurso neoliberal, aceitam e divulgam, 3s vezes, ingenuamente, a ascese do mercado como um deus. Ele age livremente para o bem dos escolhidos.

### **3. Religi3n e Mercado: estrat3gia de sobreviv3ncia**

A discuss3n sobre a tem3tica da mercantiliza3n da f3 nos leva conseq3entemente a discuss3n sobre Religi3n e Marketing, uma vez que a religi3n est3 inserida num cotidiano invadido pela tecnologiza3n da vida na t3o decantada "sociedade de massa".

Nesse "s3culo das comunica3n3es", caracterizado por um mundo micro processado e t3cnico-cient3fico, onde o conhecimento e a informa3n computadorizadas hiper-realizam o mundo, transformando-o num espet3culo; onde a imagem tem valor heur3stico e o real se transforma em signo, a religi3n entendeu que n3o mais teria chances de sobreviv3ncia se continuasse com seus p3s fincados na Idade M3dia.

Em virtude disso, seria hoje poss3vel atribuir a invas3n do campo religioso na 3rea da comunica3n (propaganda e marketing) somente ao insight de espertos businessmen da religi3n? Ou o marketing se traduz numa estrat3gia de sobreviv3ncia elaborada a partir de uma auto-compreens3n da pr3pria religi3n, no que diz respeito a seu lugar numa sociedade em r3pida transforma3n?

Nesta perspectiva, pretendemos colocar em discuss3n alguns "mitos" que est3o impregnados no debate do tema, especialmente aqueles que lan3am a a3n religiosa desses movimentos religiosos num charco de oportunismo e charlatanismo.

Numa sociedade chamada de "P3s-Moderna", o indiv3duo, levado a aceitar as rupturas e mudan3as propostas por mais bruscas que sejam, 3 conseq3entemente intimado a fazer uma reengenharia de sua cosmovis3n. Todavia, este itinerante p3s-moderno refuta com veem3ncia, toda e qualquer altera3n no campo religioso. Este fato leva-nos a

buscar explica33es em nossa tradi33o religiosa. Ser refrat3rio a mudan3as no campo religioso faz parte da "matriz religiosa" do brasileiro. Assim, esta dificuldade em aceitar as mudan3as no campo religioso pode ter explica33es no reconhecido sentimento de pertenc3a a um para3so, pr3prio da m3stica crist3 ibero-americana. Acredita-se que ser3 sempre poss3vel recuperar o para3so perdido e a ele retornar algum dia. Enquanto seres em processo de decomposi33o em virtude da quebra dos paradigmas e da fragmenta33o de seu mundo, naturalmente, n3o desejariam que esse 3nico legado herdado da tradi33o, at3 agora intacto, tamb3m se dilu3ssem no niilismo p3s-moderno. Mudemos o mundo, mas preservemos a religi3o como um "3den recuperado".

Por esse motivo defende-se, no senso comum (algumas vezes tamb3m na academia), que o lugar da Igreja 3 a sacristia e o confessi3n3rio, tratando do que 3 espec3fico religioso.

Nas an3lises sobre o marketing religioso, em meio 3 multiplica33o e ao reagrupamento de tend3ncias religiosas, que dificultam hoje uma classifica33o mais rigorosa, tende-se a usar o instrumental te3rico de an3lise como um raio laser, imaginado-se obter uma vis3o globalizante do fen3meno. Todavia, pensamos que uma an3lise mais rigorosa do assunto e a compreens3o mais ampliada da hist3ria da religi3o no Brasil, ir3o fornecer dados mais seguros que permitam compreender a inser33o do campo religioso na economia de mercado.

## **Marketing e Religi3o**

Como sabemos, o termo marketing, de origem americana, vem da palavra "mercado" e significa, literalmente, a33es necess3rias para fazer com que um produto seja desejado e comprado num determinado mercado. 3 uma estrat3gia de venda. Portanto, em sua origem, o termo trata, antes de mais nada, de um instrumento de gest3o essencialmente pragm3tico, visando ao resultado concreto em termos de venda.

Fora a conota33o mercadol3gica, o termo migrou para outras 3reas. Jean-Paul Flipo indica que, desde o fim da d3cada de 60, os intelectuais americanos come3aram a refletir e a publicar sobre o tema mostrando o seu redirecionamento para outros dom3nios que n3o o econ3mico. Uma dimens3o social e pol3tica do marketing come3ava a se ensaiar.

Rapidamente, outros campos da vida social come3aram a fazer uso das estrat3gias de marketing para divulgar e/ou "vender" seus pro-

ditos. São nestes termos que falamos de um marketing religioso. Neste particular, os estudos mais conhecidos no Brasil são os de Philip Kotler. Suas publicações animaram a discussão do tema no Brasil sobre as relações entre marketing e as instituições que não visam lucro, especialmente, as instituições religiosas e não-governamentais. As Ciências Sociais se interessaram, sobremaneira, pela vertente do tema nas religiões consideradas de massa - comunidades neopentecostais.

Por outro lado, os profissionais de marketing rejeitam essas análises, considerando-as oportunistas, marcadas pelo charlatanismo. Algumas análises desconhecem o uso que o marketing, em sua breve história, têm feito da cultura para desenvolver suas estratégias suas estratégias de venda. Roberto Simões afirma que o marketing no Brasil tem usado, em muitas ocasiões, algumas variáveis do imaginário religioso da sociedade para atrair consumidores em potencial e quebrar alguns tabus de consumo em determinados produtos. Considerando que o povo brasileiro tem uma mentalidade religiosa aguçada, na qual se sustentam os padrões de comportamento moral, a propaganda e o marketing não tiveram "dúvida ética" de colocá-la no marco de seus propósitos. As campanhas publicitárias, num primeiro momento, tentaram explorar esse viés da mentalidade religiosa do povo, objetivando desmistificar o uso de alguns produtos:

"A campanha institucional de águas minerais(1974) procurava dar ênfase exatamente ao fator 'o refrigerante criado por Deus'. A campanha do 'conhaque do papa' propunha uma análise do clima restritivo que a religião estabelece ao consumo de bebidas alcoólicas: a figura do papa (que hoje aparece num comercial da coca-cola) deveria abençoar a marca não subconsciente do consumidor e, com isto, amortizar a restrição imposta pelo código religioso. Isto foi utilizado em 1975 no lançamento da 'cachaça de São Francisco'(essa marca era indicação de procedência). Usa no rótulo a figura de um frade, numa evidente alusão religiosa, na tentativa de amortecer a restrição(e o tabu) da igreja" (os grifos são nossos)

Essas e outras referências mais atualizadas em campanhas publicitárias tentam trabalhar as variantes e influências religiosas do consumidor que, por vezes, se vêem impossibilitados de consumir determinados produtos (vestuário, alimentação, lazer, etc.) por restrições e tabus religiosos.



Desta maneira, percebemos que o tema - Religi3n e Marketing - n3o 3t3o novo na m3dia; ele apenas se desloca para o outro p3lo do b3n3mio, ou seja, hoje 3 a religi3n que usa as vari3veis e as t3cnicas do marketing para atrair fi3is e consumidores em potencial.

Se podemos considerar como verdadeira a afirma3n de que a finalidade do marketing 3 promover a satisfa3n dos desejos e das necessidades de uma sociedade de consumo, atrav3s da sedu3n pela imagem que o produto provoca, 3 natural que este procure usar, para a execu3n de seus fins, as tend3ncias religiosas e culturais de uma determinada sociedade.

A religi3n, por sua vez, percebeu que numa sociedade massificada pelo imp3rio dos Meios de Comunica3n de Massa e extremamente seduzida pelo simulacro, n3o teria chances de competir com seus diferentes parceiros de mercado, na oferta de seus produtos - os bens religiosos - se n3o se lan3asse, de corpo e alma nesta empreitada. Assim, a Propaganda e o Marketing se constitu3ram para o religi3n uma ferramenta de trabalho na concorr3ncia para a venda de seus produtos, como qualquer outro do mercado.

N3s, cientistas sociais, temos a tend3ncia de apurar, 3s vezes, apressadamente, resultados que dizem respeito 3s rela3n3es econ3micas da religi3n; facilmente elaboramos a cr3tica severa a este segmento, por expor 3 venda seus produtos no mercado de bens simb3licos. Possivelmente, esta atitude esteja envolvida pelas teias do senso comum que restringem a religi3n 3 a3n3o 3nica daquilo que 3 o espec3fico religioso.

Alguns estudiosos das Ci3ncias da Religi3n t3m aprofundado, em meio a um bombardeio de muitas cr3ticas, estudos sobre as rela3n3es entre a religi3n e o mercado, especificamente, uma cr3tica teol3gica 3 economia pol3tica. Essas an3lises apontam que a economia, especialmente a de modelo neoliberal, 3t3 encarregada da produ3n dos bens simb3licos que tem seduzido os consumidores da nova religi3n - o mercado.

Foi gra3as ao acelerado crescimento dos meios de comunica3n de massa no Brasil e o seu dom3nio na produ3n do imagin3rio da sociedade nestes 3ltimos 30 anos, que podemos presenciar, mais declaradamente, a visibilidade desta mentalidade religiosa que permeia a cultura brasileira.

3 poss3vel admitir hoje que a religi3n, fazendo a auto-an3lise do seu discurso e pr3xis frente aos desafios dos tempos presentes, com-

preendeu que estava sendo lançada num vazio; não demoraria muito e estaria relegada à periferia da vida, como preconizaram os teólogos da "morte de Deus". Seu discurso se tornava anacrônico a cada minuto, e já não mais atendia às necessidades do homem pós-industrial, para o qual, até mesmo a noção de tempo e espaço havia mudado completamente.

Num primeiro momento, o investimento e adesão da religião aos meios de comunicação de massa se fez através do Rádio. O marketing era incipiente e simulado. As igrejas não estavam aparelhadas tecnicamente para o uso desses artefatos modernos, tinham apenas o recurso do discurso verbal. Os programas radiofônicos nada mais eram do que reprodução de seus serviços religiosos, extremamente cansativos e dirigidos para um público de iniciados.

O segundo momento é o que se pode considerar como uma entrada mais formal no mundo da propaganda e do marketing. Seduzidos pela possibilidade da imagem, de se tornarem visíveis, aderem com toda força à Televisão - fenômeno conhecido como Igreja Eletrônica. Os pioneiros dessa empresa missionária foram os norte-americanos, que construíram verdadeiros impérios financeiros trazendo, via telinha, o "American Way of Life". Quando o fenômeno é transplantado para a Pátria Grande (América Latina), por não possuírem os mesmos recursos tecnológicos que o uso da mídia requer, os "nativos" vão, num primeiro momento desta fase, reproduzir em seus programas, tal como na era do rádio, apenas seus serviços religiosos ao vivo. Contudo, deve-se salientar que iniciam-se aí as primeiras tentativas de recursos ao marketing.

Atualmente, o quadro parece estar mudando. Com a entrada em cena da ofensiva neopentecostal, busca-se um aperfeiçoamento técnico no uso da a mídia em geral, para a divulgação dos seus produtos religiosos.

Atualmente, pode-se constatar, em alguns casos, que o uso da mídia e a aplicação do marketing aos "produtos" religiosos têm sido realizado com uma certa competência e, conseqüentemente, têm conseguido inserir a religião no mercado. O exemplo mais notório do fato é o marketing realizado pela Igreja Renascer.

Quando falamos do uso do marketing pela religião, muitas vezes, estamos impregnados de pré-conceitos que colocam esses grupos apenas como oportunistas, levando-nos a crer que todas as suas ações

est3o no 3mbito do charlatanismo. Ca3mos, por vezes inadvertidamente, no discurso apressado veiculado pela imprensa; ou somos at3 mesmo persuadidos pelo senso comum de que a Religi3o deve se manter no espaço a ela reservado na sociedade - a sacristia e o confessor3rio.

O que podemos inferir das an3lises feitas sobre a incurs3o da religi3o no marketing, ou em qualquer outra 3rea chamada de "secular", 3 que elas refletem uma tend3ncia de n3o compreender os elementos positivos que o fen3meno apresenta no jogo das relaço3es sociais, ou at3 mesmo em julg3-la como simplesmente um fator de manipulaço3o dos indiv3duos desajustados desta sociedade em mutaço3o. N3o cremos que sejam apenas esses aspectos que fazem do Neopentecostalismo uma religi3o atraente para as massas urbanas.

O uso do marketing 3 mais um dos elementos que nos possibilita entender o ajuste religioso dos Novos Movimentos Religiosos e lig3-la a outros, bastante interessantes, e que a economia neoliberal n3o leva em conta: a alimentaço3o do sonho dos exclu3dos de se integrarem ao mercado; as relaço3es biun3vocas existentes entre discurso religioso e discurso econ3mico, dentre outros.

As alteraço3es do campo religioso que, no percurso deste cap3tulo conclusivo, procuramos sistematizar de forma mais objetiva atrav3s das categorias tempo e espaço, nos levaram a indicar, nesta experi3ncia religiosa brasileira, alguns elementos que nos permitem denominar os Novos Movimentos Religiosos de Orientaço3o Protestante - Neopentecostalismo - de uma religi3o pr3xima 3 P3s-Modernidade.

Se 3 verdade que a experi3ncia p3s-moderna est3 relacionada com a mudança nas concepço3es de Tempo e Espaço, as alteraço3es de determinado campo religioso tamb3m se inserem neste contexto. Os deslocamentos do espaço privado para os hiperespaços da "Era P3s-Industrial" e o tempo cronol3gico como uma seq3ncia de horas, anos, s3culos e eras, se perpetuam numa "presentabilidade" consum3vel, sem passado hist3rico, nem futuro 3 vista. As produço3es sociais e culturais [pol3ticas, econ3micas e religiosas] advindas deste contexto, est3o certamente, marcadas por essas novas aproximaço3es em busca de algum paradigma.

"Pensar a crise que atinge o homem contempor3neo 3 pensar seu imagin3rio, os processos de subjetivaço3o, suas representaço3es do espaço/tempo [que] v3o dos apocal3pticos espaços desertificados pelo progresso, dos espaços artificiais, ao apelo das cidades referenciais, com

histórias e memórias bem construídas. Nos interstícios destas duas posições extremas, ambas com radicalismos de sabor nostálgico, constroem-se outros imaginários espaciais com sabor local, criados pelo investimento pontual de pessoas e grupos, desenham-se a possibilidade do reinvestimento simbólico. É o terreno baldio da turma das crianças, a rua para seus moradores, o espaço doméstico da dona-de-casa, o shopping-center e suas tribos, o condomínio fechado contra a violência urbana. [A igreja como lugar das realizações e desejos presentificados da pós-modernidade] O espaço como rede, onde a subjetividade se inscreve, espaço-rede-de-comunicação "

Como sujeitos deste caldeirão de transformações, só nos é possível fazer aproximações, elaborar palpites, mesmo que acadêmicos, pois estamos impedidos, pela nossa própria condição histórica, de definir "intra muros", com certeza o contexto em que estamos inseridos.

A Pós-Modernidade, seja ela ruptura demolidora dos paradigmas da 'Velha' Modernidade ou momento de passagem, é uma instância de ruptura nos ritmos de vida da sociedade neste final de Milênio. Esta perspectiva vem provocando novas formas de ver o mundo, construindo outras cosmovisões, produzindo diferentes representações e significações do ser-no-mundo, ainda que efêmeras e fragmentadas.

## **Bibliografia**

ASSMANN, Hugo.

- 1986 A. igreja eletrônica e seu impacto na América Latina, Petrópolis, R.J.: Vozes, 1986.

BALANDIER, Georges

- 1997 O contorno: poder e modernidade, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

BATAILLE, Georges

- 1993 Teoria da Religião, São Paulo: Ática. (série: Temas/34)

BAUDRILLARD, Jean

- 1992 Da sedução, Campinas, São Paulo: Papyrus.  
1994 À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas, 4ª ed., São Paulo: Brasiliense.  
1996 A troca simbólica e a morte, São Paulo: Loyola.

BENJAMIN, Walter.

- 1975 A modernidade e os modernos, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, (col. Biblioteca Tempo Universitário/41)

- BERGER, Peter L.  
1985 O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião, São Paulo: Paulinas. (col. Sociologia e religião/2)  
1996 Um Rumor de anjos: a sociedade moderna e a redescoberta do sobrenatural, 2ª ed. ampl., Petrópolis, R.J.: Vozes.
- CAILLOIS, Roger  
s/f O homem e o sagrado, Lisboa: Edições 70, s/d. (col. Perspectiva do homem/10)
- CAMARGO, Cândido  
1973 Procópio Ferreira. et alii. Católicos, protestantes, espíritas, Petrópolis, R.J.: Vozes.
- CAMPOS, Leonildo S. & GUTIERREZ, Benjamin (editores)  
1996 Na força do Espírito: Os pentecostais na América Latina, um desafio aos protestantes históricos. São Paulo, AIPRAL/Pendão Real.  
1982 O milagre no ar: persuasão a serviço de quem? Revista Simpósio, ASTE, São Paulo, p. 93-114, Dez.  
1997 "Teatro" "Templo" e "Mercado": uma análise da organização, rituais, marketing e eficácia comunicativa de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis, RJ. Vozes.  
1996 Hostias Edir contêm mais Deus: religião e marketing. In: Rev. RAE light, FGV, São Paulo, v.3/2:5-11.
- CASTORIADIS, Cornelius  
1987 O mundo fragmentado: as encruzilhadas do labirinto III, Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- CESAR, Valdo  
1992 Sobrevivência e Transcendência: vida, cotidiano e religiosidade no penteostalismo. Religião e Sociedade, ISER, Rio de Janeiro, 16(1-2): 463-63.
- CONNOR, Steven  
1993 Cultura Pós-Moderna - introdução às teorias do contemporâneo. S.Paulo: Loyola.
- D'EPINAY, Christian Lalive  
1970 O Refúgio das Massas - um estudo sociológico do pentecostalismo chileno, Rio de Janeiro: Paz e terra.
- DURKHEIM, Émile  
1989 As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália, São Paulo: Paulinas.
- ECO, Umberto  
1984 Viagem na Irrealidade Cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- ELIADE, Mircea  
s/f O sagrado e o profano: a essência das religiões, Lisboa: Livros do Brasil.

- FEATHERSTONE, Mike  
1997 O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade, São Paulo: Studio Nobel/SESC.  
1995 Cultura de consumo e pós-modernismo, São Paulo: Studio Nobel.
- FLIPO, Jean-Paul  
1984 Le Marketing et l'Église. Paris: CERF.
- FONSECA, Alexandre Brasil  
1997 Evangélicos e Mídia no Brasil, Dissertação de Mestrado, UFRJ, Rio de Janeiro.
- HABERMAS, Jürgen  
1988 La modernidad: un proyecto inacabado. In *Ensayos Políticos/207*, Barcelona.
- HARVEY, David  
1992 Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre a origem da mudança cultural, São Paulo: Loyola.
- HORIKAWA, Alice Yoko  
1997 Entre o dizível e o indizível. *Revista Terceiro Mundo*, Centro Universitário Nove de Julho, São Paulo, 03:27-39 jun.
- HOUTART, Francois et.al  
1992 Ruptures sociales et religion - L'étique religieuse des rapports sociaux dans les sociétés du Sud et en Europe. Paris: Editions L'harmattas.  
1992 Sociología de la Religión. Nicarágua: Ediciones Nicarao.
- JAMESON, Fredric  
1996 Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, São Paulo: Ática. (série Temas/41)  
1994 Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios, Rio de Janeiro; EdUFRJ.
- JARDILINO, José Rubens  
1993 Sindicato dos mágicos- um estudo de caso na eclesiologia neopentecostal, São Paulo: CEPE.  
1994 As Religiões do Espírito: uma visão histórico-teológica do pentecostalismo na década de 30, Rio de Janeiro: ISER.  
1994 Neopentecostalismo: Religião na fronteira da pós-modernidade. In: *Revés do Averso - Revista do Cepe*, São Paulo, 12:42-52.  
1996 Para um debate sobre o marketing religioso. In: *Revés do Averso - Revista do Cepe*, São Paulo: 12:43-48.  
1998 Marketing religioso, estratégia de sobrevivência ou charlatanismo? In *Revista Episteme*, Universidade Bandeirante de São Paulo - UNIBAN, São Paulo: (3): 51-61, Julho.

- KOTLER, Philip  
1992 et. al. Marketing for congregation: choosing to serve people more effectively, Nashville: Abingdon Press.  
1988 Marketing para organizações que não visam lucros, São Paulo, Atlas.
- LYOTARD, Jean-Francois  
1986 O pós-moderno. Rio de Janeiro: José Olímpio.  
1986 Le postmoderne expliqué aux enfants: correspondance 1982-1985. Paris: Galilée.
- MAFFESOLI, Michel  
1987 O tempo das tribos - o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense.  
1995 A contemplação do mundo. Porto Alegre: Artes e Ofícios.  
1996 No fundo das aparências, Petrópolis, R.J.: Vozes.
- MARIANO, Ricardo  
1999 Neopentecostalismo: Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola.  
1996 Os usos do marketing por neopentecostais e católicos, Texto apresentado na VIIIª Semana de Ciências Sociais. História, Geografia, e Relações Internacionais - Grupo de Trabalho Marketing Religioso. PUC, São Paulo, maio.
- MARIZ, Cecilia L.  
1989 Religion and Coping with poverty in Brazil, Tese de doutorado, Boston University, 301p.  
1991 A religião e o enfrentamento da pobreza no Brasil. Revista Ciências Sociais, nº 33, Coimbra, out. p.11-23.
- MAUSS, Marcel  
s/f Ensaio sobre a dádiva, Lisboa: Edições 70, s/d. (col. Perspectiva do homem/29)
- MENDONÇA Antônio G. & VELASQUES FILHO  
1990 Prócoro. Introdução ao protestantismo no Brasil, São Paulo: Loyola.
- NIEBUHR, Richard H.  
1992 As origens sociais das denominações cristãs, São Paulo: Aste.
- OLIVA, Margarida  
1997 O diabo no "Reino de Deus": por que proliferam as seitas?, São Paulo: Musa Editora.
- ORO, Ari Pedro  
1992 Podem passar a sacolinha: um estudo sobre as representações do dinheiro no néo-pentecostalismo brasileiro. Cadernos de Antropologia, UFRS, Porto alegre, 9: 7-44.

OTTO, Rudolf

- 1985 O sagrado: um estudo do elemento não-racional na idéia do divino e sua relação com o racional, São Bernardo do Campo: Imprensa Metodista.

PIERUCCI, A. Flávio

- 1989 Representantes de Deus em Brasília: a bancada evangélica na constituinte, Ciências Sociais Hoje, 1989, São Paulo.

& MARIANO, R.

- 1992 Envolvimento dos pentecostais na eleição de Collor. Novos Estudos do Cebrap, São Paulo, 34:92-106, nov/.

PRANDI, Reginaldo

- 1992 Perto da magia, longe da política - derivações do encanto num mundo desencantado. Novos Estudos do Cebrap, São Paulo, 34:81-91.

PRANDI, Reginaldo

- 1992 Cidade e transe: Religiões populares no Brasil no fim do século da razão. Revista da USP, São Paulo, 11, out/nov.

- 1996 Religião paga, conversão e serviço. Novos estudos do Cebrap, nº 45, São Paulo: 45:58-64, jul.

- 1996 A realidade social das religiões no Brasil. São Paulo: USP/Uucitec.

ROBERTSON, Roland (org.)

- 1980 Sociología de la religión, México DF: Fónodo de Cultura Económica.

SANTOS, Jair Ferreira dos

- 1986 O que é pós-moderno, 3ª ed., São Paulo: Brasiliense.

VATTIMO, Gianni

- 1996 O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica da cultura pós-moderna, São Paulo: Martins Fontes.

VILLAÇA, Nízia

- 1996 Paradoxos do pós-moderno: sujeito e ficção, Rio de Janeiro, EdUFRJ.

WEBER, Max

- 1944 Economía y Sociedad - Esbozo de sociología comprensiva, México, Fondo de Cultura Económica.

- 1983 A ética protestante e o espírito do capitalismo, 3ª ed., São Paulo: Pioneira.



# **RELIGIÃO E MERCADO**

## **o debate acadêmico sobre as práticas monetárias da Igreja Universal do Reino de Deus - IURD**

*Ricardo Mariano*

O estudo da relação entre doutrina e ética religiosas e sistemas econômicos rendeu extraordinárias obras sociológicas, cuja relevância pode ser avaliada pelo duradouro e frutífero debate acadêmico que gerou e que ainda hoje nos instiga. Nesse sentido, a obra de Max Weber é, de longe, a mais conhecida, a mais influente e a mais debatida. Debate de alto nível, reconhecidamente sociológico e que, entre outros temas, tratou da constituição da moderna sociedade capitalista. Atualmente, porém, num mundo cada vez mais globalizado, dominado pela lógica do mercado, pela cultura de consumo, pela indústria do entretenimento, por multinacionais, por gigantescas corporações financeiras e conectado por redes mundiais de computadores, não é mais possível pensar, particularmente nas sociedades pluralistas e democráticas, que uma religião, baseada na ética da ascese e do trabalho duro, possa impulsionar, reformular, modelar e transformar uma economia nacional, quanto mais continental. Se o debate sobre a relação de afinidade entre ética religiosa e economia perdeu a atualidade na pós-modernidade, para não dizer o sentido, com a onipresença da economia de mercado, com o próprio avanço do processo de secularização da sociedade, com o crescente declínio da religião, ou com sua "perda estrutural da posição axial que ocupava nas sociedades tradicionais" (Pierucci, 1997b), ele permanece sendo, contudo, importante objeto de inspiração e reflexão sociológicas.

Inspiração tão forte que hoje ainda há quem retome tal debate a propósito do crescimento pentecostal na América Latina (Martin, 1990), defendendo a tese de que as conseqüências moral e social da conversão pentecostal são potencialmente similares às conseqüências

descritas por Weber da "ética protestante". Se esse debate nos parece anacrônico, um problema sociológico correlato, no entanto, permanece atual e passível de exame: verificar se a ética de determinado grupo religioso favorece ou não a mobilidade social de seus adeptos. Questão tratada a respeito do próprio pentecostalismo (Martin, 1990; Mariano, 1996), mas que não retomaremos aqui. A esse respeito, porém, cumpre dizer que, além de debatidas no âmbito acadêmico, tais questões fazem parte da retórica arrivista de setores evangélicos para desqualificar as religiões concorrentes. Rubem Alves (1978: 119), por exemplo, afirma que o protestantismo brasileiro, ao ver-se como arauto da modernidade, "explorou de forma constante as relações entre catolicismo e atraso econômico", acusação atualmente repisada por líderes da Igreja Universal. Pretendo, em vez disso, discutir outro tema, igualmente polêmico e instigante: o modo como a academia vem lidando com a questão da controversa relação de certas igrejas neopentecostais com o dinheiro. É o caso da Igreja Universal, cujos métodos heterodoxos de coleta têm dado ensejo a inumeráveis acusações de mercantilismo e de exploração financeira. Acusações que resultaram em sérios custos éticos para o pentecostalismo no Brasil e abalaram sua pregressa imagem de retidão moral.

Quando se deixam de lado as relações entre ética religiosa, economia e mobilidade social e se passa para a análise da cobertura feita pela mídia dos métodos de arrecadação, da aplicação dos recursos coletados e das novas estratégias de inserção social das novas igrejas pentecostais, parece que se adentra repentinamente em plena sessão de um tribunal, no qual só o que se vê são réus, juizes, acusadores e o que se ouve e se lê são a troca de acusações, declarações de culpa e inocência e a emissão incontível e deliberada de juízos de valor. Na academia, muitas vezes evita-se esse objeto de reflexão sociológica, pela falta de status e pelos eventuais riscos de etnocentrismo que se corre ao abordá-lo, já que, para alguns, uma das principais formas de desqualificar as instituições religiosas consiste em acusá-las de possuir "objetivos econômicos e mercantis" (Landim, 1989: 2). Quando o abordam, os pesquisadores procuram investigá-lo a partir de critérios e perspectivas distintos dos da mídia, os quais identificam ao senso comum. Apesar disso, nem sempre o fenômeno é tratado de modo imparcial, uma vez que em certos trabalhos transparecem até preferências políticas e religiosas. De todo modo, este constitui um campo de investigação que

vem engolfando crescentemente maior n3mero de quest3es, tornando-se mais complexo, abrangente e relevante. Envolve quest3es referentes ao pluralismo religioso, 3 3tica, 3 amplia33o das fronteiras do campo religioso e das formas de inser33o social das denomina33es pentecostais, 3 transforma33o de igrejas em empresas lucrativas, 3s demandas sociais ao Estado para fiscaliz3-las e controlar seus empreendimentos.

### **Igrejas-empresas**

A associa33o entre contribui33o financeira 3 igreja e prosperidade do ofertante n3o 3 novidade no protestantismo brasileiro. 3mile L3onard (1963: 226), d3cadas atr3s, referindo-se ao protestantismo hist3rico, dizia que "os apelos financeiros para as institui33es religiosas freq3entemente insistem neste ponto: ascens3o econ3mica e social de muitos de seus membros". Nem por isso, os m3todos de arrecada33o das igrejas evang3licas despertaram ent3o maiores coment3rios ou estiveram sob suspeita at3 mesmo na literatura acad3mica. Tal situa33o s3 se alterou com a consolida33o, nos anos 60, do ent3o chamado "pentecostalismo de cura divina", encabe3ado pela Igreja Pentecostal Deus 3 Amor, presente em mais de 100 pa3ses. Posteriormente, com o surgimento do neopentecostalismo, e mais especificamente da Igreja Universal do Reino de Deus, tornaram-se objeto freq3ente de pesquisa e cr3tica. Ao longo desse tempo, a imprensa retratou o movimento de cura divina como curandeirismo, denunciou de mercantilismo e at3 de estelionato determinadas pr3ticas da Igreja Universal e acusou ambos de charlatanismo.

Duglas Monteiro (1979) descreve duas concentra33es de cura divina nos anos 70 em que a 3nfase na "coleta de dinheiro" era patente. Situa33o que j3 se lastimava como uma esp3cie de subvers3o pela qual dos "vendilh3es do templo" estaria se passando para o "templo dos vendilh3es". O autor v3 os grupos de cura como ag3ncias dotadas de corpo burocr3tico e de estrutura semi-empresarial, tendentes a "organizar-se enquanto empresas destinadas 3 produ33o e distribui33o de bens e de servi3os religiosos". Tend3ncia que, a seu ver, decorre da situa33o de mercado criada pela consolida33o do pluralismo religioso e que 3 imposta pelo pr3prio "desenvolvimento das sociedades industriais capitalistas". Alunas de Duglas, Beatriz Kerti e Maria Mello (1975: 14), ao pesquisarem tr3s "sal3es de milagres por cura divina" em S3o Paulo, tamb3m real3am as estrat3gicas monet3rias desses grupos, cujos

dirigentes promoviam campanhas financeiras em troca de orações e bênçãos, distribuíam carnês mensais, pediam ofertas para a programação radiofônica e apelavam para o pagamento do dízimo.

Partindo das formulações de Duglas Monteiro de que o sacral e o mágico estavam sendo "administrados segundo normas empresariais da organização capitalista" pelo pentecostalismo de cura divina, Rubem Alves (1978: 136-138) considerou o fenômeno uma redução do popular "à condição de mercadoria", vendida e comprada "segundo a lógica dos valores de troca". O que dava às "empresas de cura divina" sua configuração específica era o fato de comercializarem bens espirituais. Desse modo, os grupos de cura divina não eram uma manifestação religiosa que estava lançando mão de métodos empresariais, mas sim empresas que começavam a produzir e distribuir bens espirituais (Alves, 1979: 115).

Francisco Rolim (1990: 59-63), avesso às atividades da Deus é Amor, por várias vezes nomeia de "mercantilismo" e "comercialismo" suas formas de arrecadação e sua voracidade financeira. Já Renzo Pi Hugarte (1994: 24-32) classifica-a como "empresa de cura divina". Assevera que, no Uruguai, a Deus é Amor emprega vários métodos de arrecadação (incluindo o pagamento de carnês), estabelece relação "comercial" entre fiel e divindade, associa fé à doação e exerce "grande pressão psicológica" sobre o crente para ofertar.

Não surpreende que pesquisadores, ainda mais num contexto em que alguns deles são simpatizantes e até defensores das Cebs e da Teologia da Libertação e partidários de tendências políticas de esquerda, bombardeiem grupos religiosos os quais consideram "empresas", "integrados ao sistema capitalista" e praticantes de "comercialismo" e "mercantilismo" agressivos. Vistos como conservadores e alienantes, tais grupos, embora arregimentando os pobres, jamais poderiam contar com a simpatia dedicada às religiões populares, em particular as Comunidades Eclesiais de Base. Mas o que nos importa nessas análises não é tanto se elas eventualmente desqualificam ou não o pentecostalismo de cura divina, e sim o fato de que apontam a emergência de algo até então absolutamente novo no cenário religioso brasileiro: o início da transformação de pequenas seitas pentecostais, desorganizadas e pouco estruturadas em empresas de fato, ainda que de bens de salvação. Fenômeno que Douglas associa ao pluralismo religioso e que podemos relacionar à efetiva formação de um mercado religioso no país,

à consolidaç3o da pr3tica e da l3gica da concorr4ncia interreligiosa e à racionalizaç3o organizacional e do trabalho religioso dessas instituiç3es. Se na 3poca em que passaram a ser pesquisadas, ainda eram relativamente pequenas e marginais, pouco depois tais empresas de salvaç3o alçariam posiç3o de grande destaque no cen3rio religioso brasileiro.

A investigaç3o da relaç3o entre pentecostalismo e dinheiro torna novo impulso a partir do in3cio dos anos 90, com a expans3o num3rica e o sucesso empresarial, midi3tico e pol3tico da Igreja Universal, difusora de m3todos de arrecadaç3o e doutrinas que religiosos e pesquisadores denominaram Teologia da Prosperidade. E n3o podia ser diferente. Pois n3o havia como ficar indiferente a uma igreja, ent3o com menos de 20 anos de exist4ncia e j3 fincada em dezenas de pa3ses, propriet3ria de vasto e valioso patrim3nio imobili3rio e de dezenas de empresas, dona de concess3es de redes de r3dio e TV, mestre no clientelismo pol3tico, envolta em diversos conflitos e esc3ndalos policiais e fiscais, cujos l3deres sa3dos do nada, mas escolados na arte de arrecadar e administrar, haviam enriquecido graças à boa f3 e ao desprendimento de milhares de fi3is e clientes miseravelmente pobres e pouco escolarizados. N3o havia como n3o atentar para seu trabalho pastoral, invariavelmente centrado nas incans3veis, sistem3ticas e implac3veis atividades di3rias de, a cada culto, pedir d3zimos, ofertas, sacrif3cios, fazer "desafios" e campanhas financeiras, prometer b4nç3es em troca de doaç3es, apelar para a generosidade do fiel, pression3-lo a ofertar e ameaçar o crente mais prudente ou menos "m3o aberta" de possuir o coraç3o e a vida dominados por forças e maldiç3es sat3nicas. E, para os mais atentos, era imposs3vel n3o perceber ilegalidades no desvio de recursos de suas atividades essenciais - religiosas e assistenciais - para investir na compra e construç3o de empresas, entre as quais um banco, e at3 em neg3cios incrustados em para3sos fiscais. As controversias monet3rias e o desrespeito sistem3tico às leis fiscais, leis que, ainda por cima, a privilegiam com total isenç3o do pagamento de impostos, levaram a Receita Federal a fazer uma devassa em sua contabilidade. Investigaç3o que resultou na aplicaç3o de multas milion3rias por sonegaç3o fiscal, e geraram ataques e reclamaç3es de concorr4ncia desleal da parte de segmentos empresariais, sobretudo o das comunicaç3es. Diante da estrondosa repercuss3o p3blica desse fen3meno, v3rios pesquisadores dedicaram-se a estud3-lo. Vejamos resumidamente o que afirmaram.

Para dar conta das diferentes performances financeiras das denominações, Rubem César Fernandes (1996: 41) propõe a investigação das diferentes formas de gerenciamento dos recursos coletados. De meu ponto de vista, mesmo que se suponha que a gestão financeira da Universal seja mais moderna, profissional, eficiente e competente do que a da maioria das igrejas concorrentes, isso não bastaria para explicar sua prosperidade. Na raiz de seu colossal sucesso financeiro, além da elevada captação de recursos e de sua eficaz gestão, está o governo eclesiástico episcopal, liderado com mãos de ferro por seu fundador. Governo centralizado que detém total controle das atividades religiosas, da administração denominacional, da aplicação dos montantes arrecadados e dos investimentos empresariais. Nisso, a Universal leva imensa vantagem sobre as demais, já que, com exceção da Deus é Amor, nenhuma outra grande denominação evangélica no Brasil dispõe de poder eclesiástico e administrativo tão centralizado, absoluto e despótico. Vantagem em razão do fato de que a centralização administrativa dos recursos e esforços de toda a denominação faculta à liderança eclesiástica a realização estratégica de grandes investimentos na aquisição e construção de imóveis, na compra de emissoras de rádio e TV, na criação de editoras, jornais, revistas, no sustento de grande número de pastores e missionários, na abertura de templos e no estabelecimento de novas frentes de evangelização.

Ari Oro (1990: 325-327) ressalta o "significado econômico" do uso da mídia eletrônica pela Igreja Universal enquanto instrumento de arrecadação e sustentáculo da estratégia expansionista. Posteriormente, analisando o neopentecostalismo, Oro (1992) afirma que a liderança neopentecostal seguia, na gestão da organização eclesiástica, um "modelo empresarial", baseado na divisão social do trabalho religioso e administrativo, no uso da mídia, na prestação de serviços religiosos mediante pagamento e na adoção de mecanismos diversos para obtenção de recursos. Tais mecanismos, segundo o autor, implicavam a "fetichização do dinheiro", a "mercantilização do sagrado" e derivavam de uma "leitura distorcida do evangelho". Jesus Hortal (1994: 3-5) declara que os pastores da Universal têm "participação nos lucros" da organização e destaca suas "técnicas de arrecadação de recursos", entre as quais a que se assemelha a uma "espécie de leilão". Yara Monteiro (1995: 7,17), contrapondo Igreja Universal à Congregação Cristã no Brasil, que não cobra dízimos nem remunera seus dirigentes, assevera

que o neopentecostalismo "caracteriza-se, em especial, pela 'comercializa33o' de bens simb3licos". Jos3 Jardimino (1994) rotula a Igreja Universal de "supermercado da f3". Alexandre Brasil (1997: 177) diz que a constitui33o de "igrejas-empresa, holdings da f3, 3 uma necessidade determinada pela presen3a na m3dia". Nesse aspecto, ressalto que a Teologia da Prosperidade, tanto nos EUA quanto no Brasil, surgiu intimamente associada ao televangelismo. Pressionados pelas despesas crescentes de seus projetos, que, tanto l3 como c3, foram se tornando cada vez mais ambiciosos, os televangelistas refinaram as formas de levantar fundos, integrando os apelos financeiros 3 teologia (Mariano, 1996: 31). Reginaldo Prandi (Pierucci e Prandi, 1996: 271) classifica de "explora33o real" o "sistema de d3zimo e ofertas sem-fim" praticado pelas igrejas neopentecostais. Para Fl3vio Pierucci (1996: 281, 282), "a Igreja Universal inova muito em mat3ria de comportamento religioso, especialmente quando concebe abertamente a igreja como empresa econ3mica e a religi3o como fonte de lucro e enriquecimento pessoal". D3 nome3-la e a suas cong3neres de "igrejas-empresas", especializadas em oferecer "respostas efetivas 3 demanda efetiva dos adeptos ou clientes por resultados efetivos" (Pierucci, 1997a: 252). Em vez de mercantilizac3o, no33o que julga limitada, Leonildo Campos (1996: 186-214), que considera a "Igreja Universal uma organiza33o religiosa-empresarial", prefere falar em "marketiza33o do sagrado". Alguns pesquisadores, por outro lado, destacam aspectos positivos da Teologia da Prosperidade: rejei33o da teodic3ia da reden33o pela pobreza e pelo sofrimento (Freston, 1993; Mariano, 1996; Mariz, 1996) e ruptura de uma tradi33o de resigna33o arraigada e imobilizadora (Pierucci e Prandi, 1996).

Observa-se que os autores referem-se 3 Igreja Universal como empresa (holding, supermercado), cujas atividades mercantilistas e de marketing geram lucro, resultam em explora33o e proporcionam enriquecimento dos respons3veis pela gest3o e diversifica33o dos servi3os e comercializa33o dos produtos religiosos. Todos, indistintamente, destacam os objetivos econ3micos da igreja. O que n3o surpreende nem pode ser visto a priori como desqualificador, primeiro, porque tal constata33o corresponde aos fatos, segundo, porque o l3xico que associa organiza33es religiosas ao mercado ou ao mundo dos neg3cios n3o constitui novidade na investiga33o sociol3gica do campo religioso. Bourdieu (1974), por exemplo, classifica os grupos religiosos de "empresas de salva33o". Enf3tico, afirma categoricamente que a "rela33o

vendedor/cliente" "constitui a verdade objetiva de toda relação entre especialistas religiosos e leigos". Pois é dos leigos, destituídos de capital religioso erudito e sob domínio do corpo sacerdotal, que toda empresa de salvação extrai rendimentos e poder. Peter Berger (1985: 149) igualmente nos auxilia a pensar como são exercidos os modos de produção, reprodução, difusão e consumo dos bens de salvação nas sociedades democráticas em que vigora o pluralismo religioso, ao afirmar que "a situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado". Situação em que a tradição religiosa não tem mais como se impor e, tal como as instituições religiosas concorrentes, tem de se colocar no mercado. Com isso, "as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se comodidades de consumo". Enquanto mercadoria, a atividade religiosa torna-se "dominada pela lógica da economia de mercado". E cada instituição se coloca em competição no mercado para, entre outras coisas, extrair dos leigos mais poder e mais rendimentos.

Tendo em conta esta "verdade objetiva", como diz Bourdieu, por que tanta celeuma, primeiro, em torno da Deus é Amor, depois da Igreja Universal, mais especificamente em relação aos métodos de arrecadação e ao poderio econômico desta última? Não se trata de mera incompreensão das inovações introduzidas pela consolidação do mercado religioso no Brasil. Esta igreja choca por ser menos hipócrita que as demais no trato do e no modo como encara o dinheiro (Pierucci e Prandi, 1996: 282). A tal ponto que seu líder, Edir Macedo, repete a exaustão para quem quiser ouvir que dinheiro, nas mãos dos cristãos, "é veículo de felicidade". E não se cansa de se defender de quem o chama de "ladrão", alegando que "o título de mercantilista não cabe a nenhuma organização religiosa que esteja inserida em um sistema no qual sem dinheiro nada se pode fazer". Incomoda e desafia, por seu crescimento e poder econômico, grupos religiosos e empresariais concorrentes. Causa perplexidade pela voracidade com que arrecada e pressiona os fiéis a ofertarem. Surpreende pela competência na aplicação de recursos denominacionais em negócios e empreendimentos extra-religiosos. Estarrece por buscar, de modo irrefreável e por meios heterodoxos, lucro e enriquecimento.

Há, além disso, um problema legal nestas atividades. Pois, por definição e conforme à lei, as instituições religiosas não possuem fins lucrativos, razão pela qual são isentas pela Constituição Federal do



Brasil do pagamento de impostos. O fato de, na pr3tica, a situa33o ser outra, em raz3o de muitos fazerem da lei letra morta, n3o suprime a pol3mica, como provam as controv3rsias focadas justamente nas quest3es financeiras, legais e 3ticas dos m3todos, pr3ticas e objetivos monet3rios da Igreja Universal. Sua repercuss3o p3blica atingiu tamanha magnitude nos 3ltimos anos que extrapolou em muito a cobertura da m3dia, as investiga33es policiais e fiscais, os conflitos religiosos e empresariais. Foi, de uma vez por todas, parar na "boca do povo". Tanto que, em conversas informais travadas nos mais distintos meios sociais, fundar uma igreja pentecostal tornou-se sin3nimo de "tirar a sorte grande", de estar na dianteira de um neg3cio escuso e altamente lucrativo, baseado na intermedia33o de b3n33oes divinas, cuja realiza33o, no final das contas, independe do desempenho dos intermedi3rios. "Templo 3 dinheiro", alardearam sarcasticamente humoristas de plant3o. At3 o renomado escritor portugu3s Jos3 Saramago, durante visita ao Brasil, acusou a Universal de ser "uma organiza33o criminosa, uma quadrilha que se dedica ao crime e ao roubo". Diante disso, qual o papel do Estado? Como defender os fi3is eventualmente lesados?

### **Defesa e vitimiza33o do consumidor religioso**

Depois de considerar que as organiza33es religiosas gozam de amplos privil3gios fiscais e legais, de baixa regula33o estatal e de frisar que elas v3m ampliando e diversificando enormemente seu poder econ3mico e suas atividades empresariais, estendendo ilimitadamente a defini33o das fronteiras das institui33es, atividades e fun33es religiosas, at3 como forma de estender ainda mais seus privil3gios, que, al3m de serem cada vez mais anacr3nicos, injustific3veis e contest3veis, incomodam outros grupos empresariais, cujos neg3cios n3o contam com tais regalias fiscais nem com a capacidade de autofinanciamento e investimento oriunda das renov3veis montanhas de d3zimos e ofertas, Pierucci (1996) levanta a quest3o da defesa do consumidor religioso junto aos poderes p3blicos. Sugere - como sa3da para a fraude, os danos morais e f3sicos, a trapa3a, os crimes contra a economia - a interven33o do Estado para a defesa dos direitos do consumidor religioso. Diz ele (1996: 10, 11): "Combinadas pois essas duas no33es b3sicas, a do cidad3o como consumidor individual e a do Estado como regulador neutro dos v3rios mercados, estar3 plenamente justificada a interven33o do Estado para a defesa do indiv3duo e a corre33o dos abusos

praticados em nome da religião (...) O uso do modelo 'defesa do consumidor' pode ser uma boa saída para os mais modernos opositores da opressão religiosa: tornarem-se os defensores pós-modernos das vítimas da mercantilização religiosa, vítimas de práticas religiosas abusivas ou lesivas, vítimas da tapeação e da fraude religiosa, promessas não cumpridas, milagres não acontecidos."

A "demanda controlista do poder público sobre as práticas das igrejas", como afirma o autor, está na ordem do dia. A cada novo escândalo envolvendo dirigentes e instituições religiosos, emergem enxurradas de demandas dessa natureza, provenientes dos mais variados atores e grupos sociais. Em tese, a idéia é boa: coibir ações lesivas e ilegais, levadas a cabo sob o manto religioso, de agentes inescrupulosos, desonestos. Na prática, é extremamente delicada e de difícil execução, o que não significa que deva ser rejeitada, até porque ela se opõe à opressão religiosa, à fraude e ao abuso cometidos em nome da religião. Práticas cujos únicos defensores, em princípio, são os que as praticam. Mas, com base em quais provas materiais de desrespeito aos direitos do consumidor religioso agiriam os poderes públicos, se não está em jogo a quebra de contratos formais? Não obstante quão espinhosa e intrincada possam ser sua execução, parece fora de dúvida que o desempenho desse papel cabe ao Estado. Pois se não for o Estado o árbitro e regulador desse mercado, quem o será? Se não for o Estado o zelador e mantenedor da liberdade de religião e da liberdade religiosa, quem mais poderia sê-lo? Advogar, em seu lugar, a auto-regulação do mercado religioso é defender o inviável, ainda mais quando os integrantes desse mercado, vários deles com vocação para o monopólio, possuem tradição, tamanho, legitimidade, poderes político e econômico extremamente desiguais. Por outro lado, para os dirigentes religiosos em geral, qualquer tipo de controle ou fiscalização estatal de suas organizações é indesejável a priori. Eles só se dispõem a aceitar, e às vezes até pleiteam, fiscalização e intervenção nos grupos concorrentes.

Se não se discute que compete ao Estado coibir a sonegação fiscal e demais ilegalidades econômicas de organizações religiosas cujos recursos são desviados de suas atividades essenciais, o mesmo não ocorre quando ele se dispõe a fiscalizar, controlar e punir atos e comportamentos vinculados estritamente às doutrinas e práticas de fé de determinado grupo religioso. De imediato, erguem-se barreiras para a ação estatal interpostas pela resistência do grupo e pela própria dificuldade de legislar sobre assuntos de "natureza religiosa", bem como de

julgar casos que envolvam questões de consciência, doutrina e prática religiosas. Além de as dificuldades da ação estatal nessa área serem consideráveis, há riscos de que ela possa diminuir a liberdade (Pierucci, 1996) e incidir com maior rigor e frequência sobre grupos minoritários. Isto é, apesar da ampla liberdade religiosa existente no Brasil e da laicidade do Estado brasileiro, não há garantias de que ele, nas suas várias instâncias, agirá de modo imparcial, neutro, num país que ainda pouco sabe lidar com o pluralismo religioso e em que há uma religião majoritária, dominante, dotada de maior legitimidade. Outro entrave para sua ação consiste no fato de que se, na atual situação pluralista e secularizada, as religiões já não têm mais como legitimar o Estado, nem por isso perderam o poder de pressioná-lo, nem deixaram de barganhar e de trocar favores, na melhor tradição clientelista, com seus representantes eleitos. Como se vê a torto e a direito na imprensa, em troca de apoio eleitoral e de votos para aprovar seus projetos, políticos do executivo e do legislativo cada vez mais comprometem-se, cedendo cargos, recursos e mamatas, com organizações religiosas e suas bancadas parlamentares. Como esperar imparcialidade do Estado nesta matéria, quando os poderes executivo e legislativo estão abarrotados de políticos de "rabo preso" com instituições religiosas? Expectativa que declina mais ainda ao se verificar que tais instituições, além de possuírem poder eleitoral e bancada parlamentar, acham-se cada vez mais na mídia, vocalizando suas demandas, defendendo seus interesses, reclamando seus direitos. Diante disso, o que esperar do Estado? Na verdade, chegou-se a um ponto em que do Estado brasileiro nada se espera além de ineficiência e imobilismo. Esta parece ser sua opção atual, aliás, a mais fácil e menos trabalhosa: simplesmente não tomar conhecimento, ora por miopia, ora por covardia, ora por desinteresse, do que se passa no campo religioso. Da repressão injusta e preconceituosa dos poderes públicos contra os cultos afro-brasileiros e pentecostais até a década de 50, passou-se a uma situação de indiferença e imobilismo na área de regulação e controle estatais das instituições religiosas (situação, por pior que seja, aparentemente melhor que a anterior), interrompido brusca e esporadicamente quase que tão-somente pelas tempestuosas controvérsias nas quais a Igreja Universal volta e meia se envolve.

Apesar disso, não faltam práticas religiosas e práticas feitas em nome da religião que, além de polêmicas, ou são ilegais ou estão na fronteira da legalidade. Há grupos religiosos que proíbem a transfusão

de sangue, fazem "operações espirituais" com objetos perfurocortantes, usam drogas alucinógenas, vilipendiam religiões concorrentes na mídia, adotam e fornecem receitas mágicas cujo conteúdo implica a violação de túmulos, pedem a doação de cheques com valores superiores aos fundos, desviam recursos das atividades religiosas, fazem da religião um negócio lucrativo, desobedecem aos limites legais de ruído. O Estado, quando age, recorre a velhas concepções: curandeirismo e charlatanismo. E, mais recentemente, abre inquéritos e indícia por estelionato. Tendo isso em conta, há de se considerar o outro lado da moeda: a questão, muito polêmica, da vitimização do fiel. Como caracterizá-la?

Cumprir dizer, antes disso, que alguns autores se opõem (Freston, 1993; Mariz, 1996) ao discurso da vitimização, freqüente na mídia, que descreve o crente pentecostal, especialmente o filiado à Igreja Universal, como vítima indefesa da exploração descarada de espertalhões, interessados em dinheiro. E, não poucas vezes, carimba-o na testa com a pecha de fanático, ignorante, idiota. Há, decerto, laivos de elitismo na perspectiva dos que os vêem como vítimas indefesas e acrílicas. Da mesma forma, porém, não demanda maior exegese observar um misto de paternalismo e elitismo na perspectiva dos que, ao vê-los discriminados e desfalcados de defensores eruditos, se prontificam ora a defendê-los de eventuais acusações e de seus adversários, ora a enfatizar apenas os aspectos positivos e edificantes de suas organizações e práticas religiosas.

O que determina que o crente seja ou não vítima dessa suposta exploração? Pela argumentação de Freston e Mariz, por exemplo, deduz-se que o que determina uma condição ou outra é o comportamento do fiel, o modo como interpreta e cumpre as prescrições religiosas. Isto é, não seria vítima quem filtra os apelos financeiros, não aceita na íntegra o discurso pastoral sobre doação, doa pouco dinheiro e menos do que dele se pede. Por esse critério comportamental, portanto, quem, ao contrário, diante da voracidade típica dos pastores da Universal, obedece à pregação, é suscetível aos desafios financeiros propostos pelos "ungidos do Senhor" e doa, além dos habituais dízimos e ofertas, ora a aliança de casamento, ora o salário integral, ora o relógio, ora a pequena e "suada" poupança, ora determinada jóia etc., donativos solicitados e entregues incontáveis vezes na referida igreja, pode ser caracterizado como vítima típica, dotada de boa fé, mas ingênua, caren-

te de senso cr3tico, vulner3vel a manipula33es. Mesmo que se pondere que os fi3is geralmente s3o pouco afeitos a fazer grandes doa33es, sobretudo quando implicam elevado risco, e resistem tenazmente aos incessantes pedidos de ofertas, estaria pressuposta, nos m3todos de arrecada33o apontados, a ocorr3ncia de explora33o, ou ao menos a tentativa de explora33o (independente de se 3 espor3dica ou sistem3tica, bem-sucedida ou n3o) e, conseq3entemente, a exist3ncia de exploradores e de explorados e, portanto, de v3timas de explora33o.

H3, por3m, um pequeno problema nesse racioc3nio. O fiel cujo comportamento referente 3 doa33o de ofertas caracterizou-se acima como t3pico de v3tima pode n3o se considerar nem se sentir v3tima de explora33o alguma. Recorrer ao velho argumento da aliena33o para explicar eventual ocorr3ncia n3o nos parece cab3vel, nem produtivo, assim como classificar de v3tima quem n3o se v3 como tal, n3o nos leva a uma melhor compreens3o do fen3meno. Frente 3 situa33es que apontamos, cujos procedimentos envolvidos poderiam resultar em explora33o, distintos indiv3duos reagem de modos diferentes. Rea33es que podem variar enormemente de acordo com: os limites de toler3ncia de cada um 3s frustra33es em rela33o 3s promessas n3o cumpridas, aos desejos n3o realizados por via religiosa; o modo como interpreta o discurso e cumpre as prescri33es religiosas; o grau de comprometimento com o grupo; o ju3zo que faz de sua situa33o atual e pr3-convers3o; a avalia33o da seriedade e honestidade da lideran3a denominacional; o n3vel de conhecimento do funcionamento da organiza33o religiosa. As rea33es, portanto, decorrem do estado social e emocional, das experi3ncias pr3vias, dos la3os sociais, da posi33o de poder no interior do grupo, dos interesses, dos valores, do conhecimento e, no limite, at3 da capacidade cognitiva do indiv3duo. Sentir-se ou achar-se lesado, v3tima de explora33o, 3 uma das rea33es poss3veis. Sentimento que, muitas vezes, pode ser percebido como fruto de mero auto-engano, e n3o como provocado por um agente externo.

Tal sentimento, subjetivo por natureza e que n3o corresponde necessariamente 3 realidade, n3o pode ser tomado como crit3rio objetivo e incontestado pelos poderes p3blicos para punir, por dolo, uma determinada organiza33o religiosa. Se a partir dele, por3m, resultar uma acusa33o formal, esta ainda precisa lastrear-se num relato coerente e plaus3vel, em provas testemunhais, materiais e, de prefer3ncia, documentais. Se h3 muitos fi3is que se arrependem de doa33es que fizeram

induzidos e sob impacto de forte emoção, sentem-se alvos de exploração e até mesmo vítimas de filiações religiosas anteriores, as quais devotaram parte de suas vidas mas posteriormente passaram a concebê-las como diabólicas, raros são os que têm condições de comprovar o dolo a fim de levar a bom termo tal ou qual acusação contra seus supostos algozes. Não bastasse isso, cumpre dizer que a maior oposição à noção de vitimização no campo religioso vem do próprio fato de que a adesão religiosa, no contexto pluralista e democrático, é voluntária e, fazem coro os sociólogos, consciente. É uma opção, uma escolha livre, espontânea, deliberada, que tende a persistir tão-somente enquanto durar a satisfação que proporciona. Isso, no entanto, não garante nem atesta a priori a lisura das instituições religiosas, muito menos impede alguém de "cair no conto-do-vigário", expressão que, ao nos remeter a outros tempos e a outros atores, nos faz ver que o fenômeno nada tem de novo, mas tende a se acentuar na situação pluralista, na qual novos grupos acham-se avidamente em disputa buscando acumular capital religioso e econômico.

Não há motivo, porém, para exagerar os obstáculos dos poderes públicos, desde que se disponham a isso, em apurar atos ilegais e lesivos ao erário e aos consumidores religiosos por parte de determinadas empresas de salvação. Embora trabalhoso, não constitui nenhum bicho de sete cabeças comprovar o enriquecimento de dirigentes religiosos, averiguar a sonegação fiscal, investigar o desvio e a malversação de recursos arrecadados. Para tanto, não faltam instrumentos legais para coibir eventuais abusos, fraudes, trapaças.

O discurso da vitimização, obviamente, não é nada simpático às organizações religiosas, já que são elas as responsáveis pela existência de vítimas de suas crenças e práticas. Isto nos remete à idéia, defendida por alguns pesquisadores, de que é preciso simpatizar com o pentecostalismo para compreendê-lo (Fernandes, 1984) e, sobretudo, para não deturpá-lo, desqualificá-lo, discriminá-lo (Freston, 1993). Na realidade, simpatia e antipatia em relação ao objeto de reflexão são duas faces da mesma moeda, pois uma não é necessariamente mais imparcial e objetiva nem menos deturpadora que a outra. Pode-se inferir que representações negativas sobre os pentecostais tendam a ser emitidas por pesquisadores, organizações religiosas e por órgãos de imprensa que com eles antipatizem, enquanto que as positivas provenham dos que lhes sejam simpáticos. Saber disso não resolve coisa alguma, já que,

teoricamente, ambas as perspectivas - simp3tica e antip3tica - tendem a ser parciais, tendenciosas, al3m de que nenhuma delas esgrime qualquer tipo de argumento te3rico ou metodol3gico capaz de tornar as representa33es positivas mais corretas e realistas que as negativas, e vice-versa. Apesar de as perspectivas supracitadas serem prefer3ncias pessoais contra as quais n3o faz sentido lutar, nem por isso conv3m que sejam omitidas. Pelo contr3rio, sua explicita33o, al3m de tornar a perspectiva em quest3o mais transparente, pode funcionar como forma de autopolicamento e at3 evitar eventuais erros de interpreta33o dela decorrentes. O que compromete e impede a compreens3o do fen3meno, como nos d3 exemplos de sobra a literatura antropol3gica, 3 o etnocentrismo. Esse, sim, deve ser combatido continuamente.

### **Explora33o religiosa e os pobres**

Pesquisas quantitativas realizadas nos anos 90 por ISER e Datafolha confirmaram a percep33o geral de que o pentecostalismo 3 uma "op33o dos pobres", mostrando que os pentecostais concentram-se nas faixas de mais baixa renda e escolaridade e suas igrejas, nas 3reas mais violentas, prec3rias e desassistidas pelos poderes p3blicos. Em suma, a religi3o pentecostal cresce na pobreza e est3 associada 3 marginalidade social (Fernandes, 1992: 10-14; Pierucci e Prandi, 1996: 211-238). Os adeptos da Igreja Universal, por sua vez, est3o entre os mais pobres. Segundo a pesquisa Novo Nascimento, realizada no Grande Rio de Janeiro, 63% deles recebiam at3 dois sal3rios m3nimos, 28% entre dois e cinco, somente 9% ganhavam mais de cinco sal3rios m3nimos (Fernandes, 1996: 10). Para quem vive nessas condi33es de exist3ncia, a "salva33o colocada num plano predominantemente espiritual" tem "pouco sentido". (Monteiro, 1979: 22). N3o basta a salva33o celestial, paradis3ica, eterna, mas long3nqua, posterior 3 morte ou 3 volta de Cristo. A condi33o econ3mica desfavor3vel e a posi33o social subalterna os predisp3em a buscar compensa33es imediatas neste mundo, a procurar solu33es de natureza m3gica, a querer, com o m3ximo de urg3ncia, ver-se livres de seus tormentos e sofrimentos terrenos. Para atend3-los, n3o faltam empresas de salva33o no mercado religioso.

Nesse sentido, pode-se dizer que as igrejas pentecostais exploram o sofrimento, a doen3a, a mis3ria, a car3ncia, as prec3rias condi33es de vida dos pobres. E nada h3 de eticamente conden3vel nisso. Pois, religi3o, qualquer que seja, de um modo ou de outro, vive disso,

de prover conforto espiritual e soluções simbólicas para as angústias, aflições, necessidades de sentido, interesses materiais dos leigos de todas as classes sociais. Se as religiões não oferecessem respostas (pouco importa se satisfatórias ou não) para problemas que afligem os homens, como o sofrimento, a injustiça, a morte, isto é, se elas não explorassem ou não se incumbissem de temas como estes, simplesmente não fariam sentido algum, nem teriam o menor apelo. Explorar as limitações da condição humana e as precárias e conflituosas condições de existência social, propondo soluções simbólicas, rituais, mágicas para elas, portanto, não constitui prerrogativa do pentecostalismo.

Lidar com a pobreza é o dia-a-dia das igrejas pentecostais. Mariz (1996), por exemplo, diz que o pentecostalismo constitui instrumento de "enfrentamento da pobreza". Da mesma forma, Pierucci e Prandi (1996: 219), perante os terríveis indicadores sociais dos pentecostais levantados pelo instituto de pesquisa Datafolha, afirmam que os crentes buscam lideranças e instituições religiosas que os ajudem a organizar a própria vida, incapazes que são de fazê-lo por conta própria. A boa receptividade da mensagem pentecostal, em sua multiplicidade de formas e conteúdos, nas classes sociais desfavorecidas deriva justamente de sua adaptação às demandas por resultados concretos condicionadas pelas condições de vida na pobreza e na marginalidade. Demandas supridas simbólicamente e emblematicamente pela tentadora oferta contida, por exemplo, no lema da Igreja Universal: "pare de sofrer: nós temos a solução". Solução que, nesta igreja, consiste em prometer - para o aqui e agora e mediante doações financeiras - cura, prosperidade, superação de problemas afetivos, libertação dos males, vitória nos empreendimentos, paz interior, felicidade.

Vulgarizar a mensagem religiosa, adaptando-a às demandas, necessidades e interesses de leigos majoritariamente pobres, constitui estratégia institucional para competir no mercado religioso, mas difere radicalmente da exploração financeira dos fiéis. Embora as práticas mágicas estejam encerradas ritualmente no "toma lá dá cá", no do ut des, como diz Bourdieu (1974), baseado em Weber, isto não implica que as agências de bens de salvação eminentemente mágicas transformem-se em vorazes caixas registradoras exploradoras da boa fé alheia. A exploração financeira tende a ocorrer quanto mais ambiciosos, numerosos, desmedidos e custosos forem os rendimentos, os projetos, os negócios e empreendimentos dos dirigentes religiosos. E tende a pro-



gredir quanto menos resist4ncias (internas e externas) enfrentar, quanto menos barreiras operacionais e restri33es legais encontrar e quanto menos reprimida for.

Para Cec3lia Mariz (1996), como dissemos, as igrejas pentecostais constituem "instrumentos de enfrentamento da pobreza". Os efeitos desse enfrentamento ocorrem tanto no plano subjetivo quanto no material. Apontando resultados positivos da convers3o pentecostal na vida dos pobres, Mariz destaca a melhora da auto-estima, o fortalecimento da dignidade, a cria33o de uma imagem de dec4ncia, de um senso de coer4ncia e de uma nova identidade. Quanto aos benef3cios 3 vida material decorrentes da ades3o ao pentecostalismo, ressalta a pr3tica da caridade (pouco desenvolvida nesse meio religioso), a cria33o de postos de trabalho remunerados na burocracia denominacional, a forma33o de redes informais de apoio m3tuo, 3 4nfase no ascetismo, a restri33o ao consumo sup3rfluo e o incentivo 3 poupan3a.

Por outro lado, Mariz considera "chocante" ver na Igreja Universal "gente t3o pobre, magra, desdentada e mal vestida dar dinheiro para pastores jovens bem vestidos, com sa3de, com carro e com apar4ncia de uma classe mais elevada". Apesar disso, n3o endossa as difusas acusa33es de explora33o financeira feitas pela m3dia e por pesquisadores contra a Universal. Pelo contr3rio, as refuta e critica. Argumenta que, atrav3s da oferta, os pobres sentem-se poderosos, estabelecem "compromisso com o divino" e que a "vis3o de mundo encantada", compartilhada pela religiosidade popular, valoriza o gasto financeiro com o sagrado.

Reginaldo Prandi discorda deste ponto de vista. Diz ele: "Pagar pela religi3o 3 uma experi4ncia muito recente entre n3s. Na tradi33o brasileira, os cat3licos n3o se sentem respons3veis pelo provimento de recursos para o financiamento da religi3o; n3o se paga o d3zimo ou qualquer contribui33o sistem3tica, a n3o ser as esp3rtulas dos ritos encomendados e pequenas contribui33es n3o obrigat3rias em dinheiro durante o ofert3rio na missa. (...) Mas isso tem mudado. A expans3o das religi3es cuja filia33o depende de gastos elevados em ritos de inicia33o ou contribui33o financeira sistem3tica, obrigat3ria e em montantes expressivos em face dos escassos rendimentos dos adeptos, tem alterado substancialmente a concep33o que se faz entre religi3o e compromisso financeiro; a religi3o vai deixando de ser entendida como p3blica, isto 3 gratuita, um direito de todos no entender de nossa cultura,

para se tornar privada. É preciso pagar para fazer parte dela" (Pierucci e Prandi, 1996: 266, 268).

Na prestação de serviços religiosos, o candomblé, por exemplo, orienta-se por valores em consonância com os do mercado, cobrando os clientes pelo jogo de búzios e pelos ebós. Caso não cobrassem, pais e mães-de-santo do candomblé receberiam muito pouco. A cobrança se faz sempre necessária, mesmo na umbanda, cuja ética da caridade só não permite cobrar muito. Lísias Negrão (1994: 6, 7) afirma que, na umbanda, "cobrar-se de pobres, de necessitados, continua sendo atitude moralmente insustentável. Só é admissível se a pessoa puder pagar e não lhe vá fazer falta (...) O mal está em cobrar de quem não tenha ou a quem venha faltar, ou então cobrar-se excessivamente, mesmo que o pagante tenha recursos."

Para compreender a "circulação de dinheiro nos rituais da Universal", Mônica Barros (1995: 177) opta por investigar as "representações dos fiéis". O problema desta perspectiva é que, quando se realça unilateralmente a motivação dos fiéis para ofertar e se desconsideram os interesses e ambições econômicos e políticos dos mediadores do poder divino - a instituição religiosa e seus produtores e divulgadores de bens de salvação - corre-se o risco de chegar a conclusões ingênuas, pouco realistas. Pois as representações do fiel acerca da obrigação bíblica de dar dízimos e ofertas com desprendimento, amor e alegria tendem a reproduzir, em maior ou menor grau, as doutrinas e justificativas apresentadas pela cúpula eclesiástica. E esta, como se sabe, ao organizar "a crença no religioso organiza também a crença na instituição que organiza a crença" (Pierucci, 1997a: 251), visando a moldar a visão de mundo do fiel para atender aos interesses da instituição religiosa e preservar sua reprodução. Além disso, a limitação das representações do fiel sobre a doação de dinheiro prende-se ao fato de que ele não tem qualquer controle sobre o destino das ofertas, nem acesso algum a tais informações e desconhece os meandros da administração denominacional, o patrimônio da igreja, o valor da remuneração dos pastores. E se porventura muitos fiéis, talvez até a maioria, não se importam com o destino das doações, isto não implica que órgãos de imprensa, polícia, receita federal devam fazer o mesmo, em especial nos casos de exploração financeira e malversação de recursos. Sua função, decerto, não é entregar tudo nas mãos de Deus e esperar pela punição divina, da mesma forma que o papel dos pesquisadores não é esquivar-se desses

casos, nem encobri-los, nem justific3-los.

Dados da pesquisa Novo Nascimento evidenciam que o discurso sobre doa33o de d3zimos e ofertas e as campanhas financeiras da Igreja Universal s3o mais persuasivos e eficazes do que os das demais denomina33es evang3licas. Ao indagar os fi3is sobre a contribui33o financeira que fizeram num determinado m3s de 1994, no Grande Rio de Janeiro, a pesquisa do ISER revelou que, embora tivessem rendas praticamente id3nticas, os adeptos da Universal contribu3am mais e em maior n3mero do que os da Assembl3ia de Deus: 27% dos fi3is da Universal fizeram doa33es que ultrapassaram o valor do d3zimo contra apenas 14% dos assembleianos; 17% dos seguidores do bispo Edir Macedo doaram quantias menores que o d3zimo contra 25% da Assembl3ia; 24% (um quarto) dos primeiros n3o deram contribui33o alguma contra 33% (um ter3o) dos 3ltimos; houve empate apenas entre os que contribu3am valor equivalente ao d3zimo: 24% e 23%, respectivamente. Dentre as igrejas evang3licas pesquisadas, os fi3is da Universal foram os que mais contribu3am com valores acima do d3zimo, os que menos fizeram doa33es inferiores ao d3zimo e, apesar da baix3ssima renda da maioria deles, os que menos deixaram de contribuir. Merece destaque o fato de que, dos crentes cuja renda n3o ultrapassava dois sal3rios m3nimos, os da Universal foram os que mais doaram quantias superiores ao d3zimo: 35% contra 20% da m3dia dos evang3licos (Fernandes, 1996: 39).

A pesquisa revelou ainda que, no conjunto dos evang3licos, o percentual de contribuintes, bem como o valor relativo das contribui33es, cresce conforme o n3vel de renda dos fi3is. Isto 3, dava mais quem possu3a mais dinheiro. O que, segundo Rubem C3sar Fernandes (1996: 40, 41), seria um comportamento "razo3vel", j3 que orientado por um "c3lculo econ3mico". C3lculo que nada tem de irracional. Vale dizer que a doa33o na Igreja Universal, mesmo quando desrespeita o c3lculo econ3mico, possui uma l3gica cristalina, baseada na cren3a de que quanto maior for o sacrif3cio ou desafio financeiro - atitude que, segundo os pastores, s3o pode ser tomada "pela f3" em Cristo, nunca em nome da raz3o humana - maior ser3 a retribui33o divina. Se do ponto de vista do c3lculo econ3mico, tais sacrif3cios s3o extremamente arriscados e irracionais, da perspectiva dos que depositam plena f3 na prega33o desses pastores, que dizem que Deus devolve centuplicado o valor ofertado, os desafios constituem investimentos que se cr3em com-

pensadores. Encerram, portanto, c3lculos utilit3rios: s3o sempre meio para atingir determinado fim. Utilitarismo bem pr3prio da Teologia da Prosperidade, que inverte a postura puritana pentecostal tradicional de rejei3o 3 busca de riqueza, de prazeres mundanos e do livre gozo do dinheiro, rompe com o ascetismo contracultural, relega a velha escatologia pentecostal a segundo plano, pregando em seu lugar que o crist3o, em troca de d3zimos e ofertas, est3 destinado a ser pr3spero, saud3vel, feliz e vitorioso.

Negar que certas lideran3as religiosas tentam explorar financeiramente os fi3is 3 como esmurrar ponta de faca. N3o faz sentido, sobretudo porque tal fen3meno n3o passa despercebido de parte, minorit3ria, cumpre dizer, dos pr3prios fi3is. Pesquisa feita pelo Datafolha em janeiro de 1996 com 222 evang3licos, na cidade de S3o Paulo, revelou dados que atestam isso: 16% dos membros da Universal concordavam totalmente com a afirma3o de que a igreja "n3o usa o dinheiro dos fi3is para assist3ncia religiosa ou social, mas sim na compra de bens para seus pastores e bispos", enquanto outros 21% concordavam com a frase "a Igreja Universal exige de seus fi3is a doa3o de dinheiro". 3 curioso que, pensando assim, eles ainda permanecessem na igreja. Poderia-se argumentar que muitos fi3is n3o a abandonam (ao menos de imediato) por terem criado depend3ncia das solu3es sacrais por ela oferecidas, por temerem a vingança do Diabo e o retorno a uma situa3o de crise tal qual a eventualmente vivida na fase pr3-convers3o. Entretanto, n3o parece haver raz3o nem sentido em permanecer numa institui3o em que n3o se confia, sobretudo quando o crente tem tantas op3o3es de escolha denominacional, escolha facilitada pela banalidade do tr3nsito por diferentes igrejas evang3licas. Da3 se poder supor que a perman3ncia duradoura numa igreja qualquer de quem se v3 como v3tima tende a ser algo sui generis, incomum, raro. Para quem se acha ludibriado, lesado, por3m, o abandono da igreja em nada altera o que nela se passou nem eventuais sofrimentos e frustra3o3es nela experimentados.

Na mesma 3poca, crentes de outras igrejas foram ainda mais severos e contundentes na avalia3o da Universal, em parte motivados pela recente exib3o do v3deo mostrando Edir Macedo ensinar, com ardor, desfa3atez e maestria, pastores a arrecadarem mais e mais. Conforme pesquisa do Datafolha, realizada em 5 de janeiro de 1996 com 1.079 moradores da cidade de S3o Paulo, 27% dos pentecostais e 54%

dos protestantes hist3ricos associavam a Igreja Universal a aspectos negativos, a maior parte deles referente a m3todos heterodoxos de coleta e de aplica3o de recursos. A primeira imagem da Universal que vinha 3 mente de 5% dos pentecostais e de 17% dos protestantes era "charlatanismo", "farsa", "golpe", "explora3o", "aproveitadores". O primeiro pensamento sobre a igreja a passar pelo cr3nio de outros 10% de pentecostais e 15% de protestantes era: "s3 querem dinheiro". Na cabe3a de 5% de pentecostais e 9% de protestantes, o racioc3nio era ainda mais acusat3rio: "corrup3o", "desonestos", "m3fia".

D3zimos e ofertas, especialmente quando demandados di3ria e sistematicamente, n3o costumam ser concedidos de livre e espont3nea vontade, nem resultam de uma inclina3o ou da natural generosidade dos estratos pobres. Ningu3m doa espontaneamente parte de seu m3sero s3l3rio, o rel3gio, a alian3a de casamento, a m3quina de costura (da qual tira seu ganha-p3o), a poupan3a, o carro, um im3vel. A coleta e o "serm3o" acerca da obriga3o b3blica de ofertar que a precede s3o atividades que constroem e pressionam rotineiramente os fi3is. Inculcam neles sentimentos de culpa e temor. Fi3is e clientes s3o ensinados, induzidos e admoestados a estabelecer compromisso financeiro, tanto faz se mais ou menos duradouro, para a manuten3o e expans3o da igreja como meio primordial de obter o retorno divino. "3 dando que se recebe", repete insistentemente Edir Macedo. Compromisso que, se interessa ao fiel, t3o-somente pelas benesses que Deus pode lhe propiciar em troca, interessa bem mais 3 institui3o religiosa e aos produtores e difusores de bens simb3licos que o formulam, divulgam e, de posse da dinheirama doada 3 igreja, vivem, progridem e se reproduzem. Interesse maior quanto maiores forem os benef3cios conferidos aos pastores pelo aumento cont3nuo da arrecada3o: promo3o na hierarquia eclesi3stica e aumento salarial (s3l3rio pastoral que, na Universal, 3 parcialmente composto por pequena porcentagem dos recursos coletados).

Na Universal, tudo 3 feito e dito para que o fiel n3o duvide, n3o questione e n3o julgue os dirigentes eclesi3sticos nem suas pr3ticas religiosas, monet3rias e administrativas. Nela, duvidar, questionar e julgar s3o modos de pensar e agir considerados demon3acos, pr3prios dos 3mpios, dos filhos de Belzebu. O bom crente deve obedecer, ajudar, ofertar, evangelizar, enfim, fazer o que diz ou ordena o "ungido do Senhor". O seguidor da Universal n3o pode em hip3tese alguma duvidar

do conteúdo dos sermões, das orientações pastorais, da idoneidade da liderança eclesial e menos ainda questioná-las. "A dúvida é do Diabo", alegam os pastores. O verdadeiro cristão deposita plena fé na pregação dos "ungidos do Senhor". Ou ele crê no que diz o "ungido do Senhor", ou crê no canto de sereia do Diabo. Não há meio termo. Ou se está do lado de Deus ou de Satanás, que, entre seus hábitos, está o de procurar por todos os meios impedi-lo de ofertar. De modo que ofertar constitui meio por excelência de combater o Diabo. Se é difícil seguir o que diz a Bíblia, sobretudo no que se refere ao desprendimento financeiro, a função do "ungido do Senhor" é ensiná-lo a compreender e obedecer integralmente a Palavra de Deus para o seu próprio bem e para a expansão da obra divina. Desobedecer ao "ungido do Senhor" significa o mesmo que obedecer ao Diabo. Questioná-lo, corresponde a questionar o próprio Criador. Julgá-lo, só cabe a Deus. A fé do crente, da qual depende Deus para abençoá-lo, só se consuma ao se manifestar concreta e regularmente no ato de dar dinheiro para a igreja.

Tendo em conta tal ideário, exaustivamente inculcado, martelado e repisado, não há como conceber a doação de dízimos e ofertas, pelo menos nesta igreja, como "voluntária", mas sim como obrigação, que, apesar disso e por várias razões, nem sempre é cumprida. A aceitação das práticas monetárias heterodoxas e a obediência a esse ideário despótico, não obstante toda sua reinterpretação feita pelos fiéis e conquanto possam trazer algum alívio e conforto a eles, como dão mostras de sobra seus testemunhos, talvez se expliquem parcialmente com base no que diz Bourdieu a respeito do poder da religião de absolutizar o relativo, de legitimar o arbitrário e sacralizar o sacrilégio. Poder capaz, portanto, de metamorfosear o obrigatório em voluntário e tornar o inaceitável desejável, digno de louvor, divino. Poder perfeito, enfim, para transformar uma pequena igreja numa grande empresa multinacional e fazer de um desconhecido pastor do subúrbio um empresário de sucesso, um magnata.

### **Referências bibliográficas**

ALVES, Rubem A.

- 1978 A volta do sagrado: os caminhos da sociologia da religião no Brasil. *Religião e Sociedade*, 3, out., p. 109-141.
- 1979 "A empresa da cura divina: um fenômeno religioso?". In: Valle, Edênio (org.), *A cultura do povo*. São Paulo, Cortez e Moraes, EDUC.

- BARROS, Mônica do Nascimento  
1995 A batalha do armagedom: uma análise do repertório mágico-religioso proposto pela Igreja Universal do Reino de Deus. Belo Horizonte, Dissertação de Mestrado em Sociologia, UFMG.
- BERGER, Peter L.  
1985 O dossel sagrado: elementos para uma sociologia da religião. São Paulo, Paulinas.
- BOURDIEU, Pierre  
1974 A economia das trocas simbólicas. São Paulo, Perspectiva.
- CAMPOS, Leonildo Silveira  
1996 Teatro, templo e mercado: uma análise da organização, rituais, marketing e eficácia comunicativa de um empreendimento neopentecostal - Igreja Universal do Reino de Deus. São Bernardo do Campo, Doutorado em Ciências da Religião, IMES.
- FERNANDES, Rubem César  
1984 Religiões populares: uma visão parcial da literatura recente. BIB, Boletim Informativo e Bibliográfico de Ciências Sociais, 18, p. 3-26.  
1992 Censo Institucional Evangélico CIN 1992. primeiros comentários (mimeo). Rio de Janeiro, ISER.  
1996 Novo Nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política (mimeo). Rio de Janeiro, ISER.
- FONSECA, Alexandre Brasil  
1997 Evangélicos e mídia no Brasil. Rio de Janeiro, Dissertação de Mestrado em Sociologia, IFCS-UFRJ.
- FRESTON, Paul  
1993 Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment. Campinas, Tese de Doutorado em Sociologia, IFCH-Unicamp.
- HORTAL, Jesus  
1994 Um caso singular de pentecostalismo autônomo: a Igreja Universal do Reino de Deus. (mimeo), Congresso internacional "As novas religiões - missões e missionários", Recife, p. 1-8.
- HUGARTE, Renzo Pi  
1992 La Iglesia Pentecostal "Dios es Amor" en el Uruguay. Cadernos de Antropologia, 9. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, p. 63-96.  
1994 El dinero y el prestigio en la expansion de los cultos en crisis. (mimeo), Congresso internacional "As novas religiões - missões e missionários", Recife.
- JARDILINO, José Rubens Lima  
1994 "Sindicato dos mágicos: as religiões do espírito de orientação protestante no Brasil" (mimeo), Congresso internacional "As novas religiões - missões e missionários", Recife, p. 1-14.

- KERTI, Beatriz Maria & Mello, Maria Cl3udia Costa  
1975 "Sal3es de milagres por cura divina". In: Cadernos do ISER, 5, nov., p. 10-15.
- LANDIM, Leilah  
1989 "Quem s3o as 'seitas'?" In: Sinais dos tempos: igrejas e seitas no Brasil. Cadernos do ISER, 21, p. 11-21.
- L3ONARD, 3mile G.  
1963 O protestantismo brasileiro. S3o Paulo, Aste.
- MARIANO, Ricardo  
1996 Os neopentecostais e a Teologia da Prosperidade. Novos Estudos Cebrap, 44, mar3o de 1996, p. 24-44.
- MARIZ, Cec3lia Loreto  
1996 "Pentecostalismo e a luta contra a pobreza no Brasil". In: Guti3rrez, Benjamin F. & Campos, Leonildo Silveira. Na for3a do Esp3rito: os pentecostais na Am3rica Latina, um desafio 3s igrejas hist3ricas. S3o Paulo, AIPRAL, p. 169-189.
- MARTIN, David  
1990 Tongues of fire: the explosion of protestantism in Latin America. Oxford, Blackwell.
- MENDON3A, Ant3nio Gouv3a  
1989 "Um panorama do protestantismo brasileiro atual". In: Sinais dos tempos: tradi33es religiosas no Brasil. Cadernos do ISER, 22, p. 37-86.
- MONTEIRO, Duglas Teixeira  
1979 "Igrejas, seitas e ag3ncias: aspectos de um ecumenismo popular". In: Valle, Ed3nio. (org.), A cultura do povo. S3o Paulo, Cortez e Moraes, Educ, p. 81-111.
- MONTEIRO, Yara Nogueira  
1995) "Pentecostalismo no Brasil: os desafios da pesquisa". In: Revista de Cultura Teol3gica, 13, out/dez., S3o Paulo, Faculdade de Teologia Nossa Senhora da Assun33o, p. 7-20.
- ORO, Ari Pedro  
1990 Religi3es Pentecostais e Meios de Comunica33o de Massa no Sul do Brasil. Rio de Janeiro, Vozes, REB. v. 50, fasc. 198, jun. p. 304-334.  
1992 'Podem passar a sacolinha': um estudo sobre as representa33es do dinheiro no neopentecostalismo brasileiro. Cadernos de Antropologia, 9, p. 7-44. Programa de P3s-gradua33o em Antropologia Social da UFRGS.
- PIERUCCI, Ant3nio Fl3vio & PRANDI, Reginaldo  
1996 A realidade social das religi3es no Brasil: religi3o, sociedade e pol3tica. S3o Paulo, Hucitec.



PIERUCCI, Ant3nio Fl3vio

1997a "Interesses religiosos dos soci3logos da religi3o". In: Oro, Ari Pedro & Steil, Carlos A. (orgs.), *Globaliza3o e religi3o*. Petr3polis, Vozes, p. 249-262.

1997b Reencantamento e desseculariza3o: a prop3sito do auto-engano em sociologia da religi3o. *Novos Estudos Cebrap*, 49, nov., p. 99-117.

PRANDI, Reginaldo

1996 "Religi3o paga, convers3o e servi3o". In: Pierucci, Ant3nio Fl3vio & Prandi, Reginaldo. *A realidade social das religi3es no Brasil: religi3o, sociedade e pol3tica*. S3o Paulo, Hucitec.

ROLIM, Francisco Cartaxo

1990 "Igreja Pentecostal Deus 3 Amor". In: *Sinais dos tempos: diversidade religiosa no Brasil*. *Cadernos do ISER*, 23, p. 59-63.