

Religiosidad contemporánea brasileña: mercado, medios, virtualidad y reflexividad

Deis Siqueira

La autora investiga, desde hace diez años, las nuevas formas de religiosidad (seguidores de los budismos como Osho, Hare Krishna y Santo Daime). Éste es uno de los fenómenos más interesantes dentro del campo religioso brasileño, aunque todavía sea cualitativamente insignificante en un país de mayoría católica, donde en las últimas décadas crece mucho el neopentecostalismo, otro fenómeno que de manera creciente llama la atención de los estudiosos en la materia. De ahí el énfasis que se le da a los neopentecostales, quienes buscan legitimación recurriendo a los medios masivos y a su participación en la esfera pública. Esta reflexión concluye con una comparación de los neopentecostales —que luchan por conseguir inclusión social— con aquellos que buscan una nueva religiosidad como forma de escape de la modernidad globalizada.

PALABRAS CLAVES: religiosidad brasileña, neopentecostalismo, nuevas religiosidades, medios, modernidad.

▶ 87

For the past ten years, the author has been investigating the new forms of religiousness (followers of the main branches of buddhism as Osho, Hare Krishna and Santo Daime). This is one of the most instigating phenomenom in the religious culture in Brazil, eventhough it is still an insignificant figure in a predominantly catholic country, where we have been witnessing, in the las decades, a rapi expression of the neopentecostalist churches. The other phenomenom that continues to attract a high level of attention among the researches specialized in the analysis of the religioum. Thence, the focus of the neopentecostalist churches fighting to gain legitimation through a strong use of modern methods of marketing and mass-communication, the public sphere. This analysis intended to be more a reflection, is concluded by the comparison of both: the neopentecostalist churches, who are striving for social inclusion, and those who are searching for new religious paths, in an affort to escape from modernized globalization.

KEY WORDS: brasilian religiousness, neopentecostalism, new religiousness, media, modernity.

DEIS SIQUEIRA: Universidad de Brasília.
deis@webconcominios.com.br

Desacatos, núm. 18, mayo-agosto 2005, pp. 87-102.
Recepción: 14 de noviembre de 2004 / Aceptación: 08 de marzo de 2005

Traducción: Brigitte Sanabria.

INTRODUCCIÓN

El dato más interesante del Censo Demográfico Brasileño del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) del año 2000 muestra que los evangélicos¹ constituyen el grupo religioso que más creció en la última década del siglo XX. Por esta razón serán analizados de manera particular, pues resultan fundamentales en la reflexión sobre la religiosidad brasileña en la actualidad.

La heterogeneidad del grupo evangélico es un aspecto que sobresale. Es patente su fragmentación y su carencia de una unidad institucional equivalente a la que existe en el catolicismo. Las diversas iglesias y congregaciones que existen en Brasil se caracterizan por una diversidad organizacional, teológica y litúrgica.

Esta división resulta de varios factores. El primero se relaciona con las distintas reformas europeas (luterana, calvinista, anabaptista) que influyeron, aunque de forma silenciosa, en suelo brasileño gracias al trabajo de los misioneros originarios de aquellas regiones (Azevedo, 1996).²

El Censo Demográfico Brasileño de 1990 reveló la existencia de 13 189 283 evangélicos, lo que representa cerca de 9% de la población nacional. El censo de 2000 contabilizó 26 184 942 evangélicos, es decir, aproximadamente 15.41% de la población. En una década, el número de evangélicos casi se duplicó. Según Freston (2001), Brasil cuenta, en la actualidad, con la comunidad evangélica más grande del Tercer Mundo, en términos absolutos, y la segunda a nivel mundial, después de Estados Unidos.

Hoy en día el grupo de los creyentes evangélicos puede dividirse en tres grandes ramas. La primera incluye a

los evangélicos independientes, históricos o tradicionales, que constituyen 32% del total de fieles. Entre éstos destacan los presbiterianos, los metodistas, los bautistas tradicionales y los luteranos (Mafrá, 2001; Mariano, 1999).

Sin embargo, en conjunto, sobresale el grupo llamado pentecostal. Entre más de 26 millones de evangélicos brasileños, cerca de 68% declara ser pentecostal. Ellos comprenden la segunda ramificación de los evangélicos o "primera ola pentecostal". Brasil posee la comunidad pentecostal más grande del mundo (Asamblea de Dios, Congregación Cristiana de Brasil, la Iglesia Cuadrangular del Evangelio Completo, Brasil para Cristo y Dios es Amor). De ahí que podamos decir que se está dando una *pentecostalización* del protestantismo y un desarraigo de la tradición religiosa, pues en estos grupos cada vez se da mayor cabida a la disminución de la fidelidad. Esto sucede de manera simultánea a un desmoronamiento creciente de la hegemonía católica.

La tercera vertiente o "tercera ola" es la de los neopentecostales. Las principales iglesias neopentecostales son la Iglesia Universal del Reino de Dios, la Iglesia Internacional de la Gracia de Dios, Renacer en Cristo y la Iglesia Sara Nuestra Tierra (fundadas respectivamente en 1977, 1980, 1986 y 1992-1994).

A partir de las investigaciones realizadas por varios estudiosos de la materia (Oro, 1992; Mariano, 1999; Oro y Semán, 2000; Freston, 2001; Siepierski, 2001) es posible afirmar, de forma sucinta, que se trata de iglesias autóctonas (son fundadas por brasileños y utilizan fondos nacionales) que cuentan con liderazgos fuertes, se oponen a los cultos afrobrasileños, sus cultos estimulan la expresividad emocional, ponen énfasis en los rituales de sanación y exorcismo, en la guerra espiritual y en la prosperidad y son bastante liberales en lo concerniente a los estereotipos de usos y costumbres.³ Cuentan con una

¹ Actualmente existe en Brasil el consenso de denominar evangélicas a todas las divisiones, denominaciones e iglesias originadas a partir del protestantismo europeo o estadounidense. "Protestantismo" constituye únicamente una referencia histórica.

² El establecimiento del protestantismo en Brasil se reconoce oficialmente con la llegada de la familia real portuguesa en 1808, aunque existieron algunas incursiones rápidas de grupos protestantes en suelo brasileño a principios del siglo XVI. Con el Tratado de Comercio y Navegación de 1810 se abrieron las puertas a nuevas naciones, lo que propició también la entrada de otros credos religiosos a Brasil. En la segunda mitad del siglo XIX tuvo lugar una profusa actividad misionera. A principios del siglo XX este movimiento adquiere nuevos bríos con la llegada de los pentecostales estadounidenses.

³ En lugar de pastores que andan con una Biblia enfundada bajo el brazo y que ofrecen sermones en la calle, los pentecostales prefieren pasar desapercibidos y hacen sus sermones sobre todo en templos; en vez de usar palabras rebuscadas durante el culto y citar más al demonio que a Nuestro Señor, prefieren usar un lenguaje mucho más accesible; en lugar de formar sus rebaños de fieles en la periferia, aunque siguen reclutando jóvenes en estas zonas, ponen mayor énfasis en programas culturales y en paseos turísticos, playas, casas de campo/granjas; en vez de usar trajes conservadores, prefieren vestir ropas modernas, coloridas.

estructura empresarial importante, adoptan técnicas modernas de marketing y administración, incluyendo una explotación agresiva de los medios masivos de comunicación y de técnicas de persuasión enérgicas. En suma, son “modernas” y “adaptadas” a la realidad, lo que constituye una de sus banderas de legitimación más fuertes.

Las iglesias neopentecostales se desarrollaron en la década de 1970. La década siguiente se caracterizó por la expansión de lo que podríamos denominar como la Iglesia Electrónica, caracterizada por liderazgos muy personalizados y autónomos, en comparación con las congregaciones cristianas tradicionales (Assmann, 1986). A partir de la década de 1990 es cuando, sobre todo, se hace más evidente el desarrollo de las llamadas iglesias pentecostales de la “tercera ola”. Varias de éstas cuentan con ambiciosos proyectos de crecimiento a nivel nacional e internacional (Mariano, 1999).

Simultáneamente, pero en el polo opuesto de las transformaciones recientes en el campo religioso brasileño, existe otro movimiento que está llamando mucho la atención de los especialistas brasileños y que se desarrolla a la par de la expansión del pentecostalismo. Se trata del crecimiento de una religiosidad exótica, caracterizada a nivel general como parte de la orientalización de Occidente, pero que no se reduce a esto ni tampoco se restringe solamente al movimiento llamado *New Age*.

En términos de número de adeptos, los datos del censo de 2000 ni siquiera nos permitirían señalar algún tipo de crecimiento. Los grupos místico-esotéricos que conforman la nebulosa esotérica (Champion, 1990, 1995) —el campo religioso ampliado, la religión difusa, la religiosidad flexible fluctuante, el espacio religioso o las nuevas formas de lo sagrado, la nueva sensibilidad místico-esotérica, esotérica-holista del *New Age*, las nuevas formas de religión, crédulos difusos, la nebulosa heterodoxa, religiones seculares, la religiosidad inorgánica, la nebulosa polivante de la Nueva Era, son algunas de las muchas categorías que pueden ser encontradas en la literatura que existe al respecto— resultan insignificantes dentro del conjunto de la población brasileña.

No obstante, la expansión de los grupos místico-esotéricos es algo que destaca en la sociedad brasileña, y Brasil sobresale cada vez más como la capital místico-eso-



Ricardo Ramirez Arriola

térica, la capital del tercer milenio. Don Bosco, un salesiano italiano, tuvo el sueño premonitorio de que se construiría la capital del tercer milenio en el lugar donde brotase leche y miel, allí en la región donde más tarde se edificó la capital de Brasil. A pesar de las manipulaciones políticas de dicho sueño, éste se está convirtiendo en una leyenda materializada como representación social, a la que se va conformando cada vez más la capital real. Incluso grupos místico-esotéricos que nunca tuvieron un sueño o una premonición que los incitara a instalarse en la región, deben enviar representantes pues, a fin de cuentas, se trata de la capital mística del país o de la región donde se ubica el *chakra* cardíaco del planeta.

Sin embargo, analizaré de forma más detenida lo que cuantitativamente tiene mayor peso, según muestran los datos obtenidos en el Censo Demográfico Brasileño, es decir, el crecimiento del número de neopentecostales, y

regresaré más adelante a las nuevas formas de religiosidad con la finalidad de hacer una reflexión comparativa.

RELIGIÓN, MEDIOS Y ESFERA PÚBLICA⁴

No todas las denominaciones evangélicas andan de la mano con la política y los medios. Por ejemplo, los Testigos de Jehová y los miembros de la Congregación Cristiana de Brasil se niegan a actuar políticamente por medio del voto y hasta a servir en el ejército, para hacer patente una separación radical entre religión y acción en el mundo, a pesar de que han demostrado un fuerte crecimiento en los últimos años.⁵

En contraposición, el pentecostalismo y la acción política tienden a andar de la mano. Según parece, este segmento de los evangélicos está adoptando, con más énfasis, la actuación política como uno de sus pilares. La patente notoriedad pública del crecimiento de la presencia formal de los evangélicos en el escenario político de Brasil es irrefutable. Es preciso destacar que a partir de esta presencia política consiguen concesiones de estaciones de radio y canales de televisión, así como la aprobación de proyectos, la promulgación o modificación de leyes que permiten, entre otras cosas, que propiedades públicas puedan ser donadas para la construcción de iglesias o templos, o que pueden servirse de su bien equipada infraestructura electrónica para transmitir a todo volumen (una constante en sus eventos), a pesar de la legislación que regula la contaminación sonora. Los concejales, diputados estatales y federales que pertenecen a estas congregaciones, electos en número cada vez mayor, centralizan sus preocupaciones en torno a la defensa y presentación de proyectos que coincidan con los intereses de estas

iglesias, pues fue la defensa de los mismos lo que los benefició con su elección.⁶

No está de más recordar, como lo hace Guerra (2002), que las iglesias actúan como empresas sociales cuyo objetivo es mantener y proporcionar religión para un conjunto de individuos y, en su calidad de instituciones, desarrollar intereses y luchar por los mismos. En este sentido, Chiavenato (1999) afirma que las iglesias también son organizaciones, en la medida en que actúan como unidades sociales (o agrupaciones humanas), intencionalmente construidas y reconstruidas que buscan alcanzar objetivos específicos.

La Asamblea de Deus (la mayor de las iglesias evangélicas brasileñas) pasó de 2.4 a 4.5 millones de miembros, lo que representa un crecimiento de casi 85% entre 1990 y 2000. Esto resulta menos espectacular que el conseguido por otra denominación que conjuga, de manera relevante, crecimiento numérico con acción política: la Iglesia Apostólica Ministerio Comunidad Cristiana, que entre 1990 y 2000, aumentó de tres mil a 200 mil miembros.

En el grupo de las iglesias con una actuación política más constante pueden citarse la Iglesia Universal del Reino de Dios y la Iglesia Sara Nuestra Tierra, que también tuvieron un crecimiento numérico bastante similar al de la Iglesia Apostólica Ministerio Comunidad Cristiana.

En lo referente a la representación política del grupo evangélico, éste contaba con 48 diputados a nivel federal en 2001, creció 25% en las últimas elecciones (octubre de 2002) y llegó a tener 60 diputados, de los cuales 23 pertenecen a la Iglesia Universal del Reino de Dios.

No está de más recordar que, como escribió Max Weber (1967, 1994), una de las características típicas de los líderes religiosos es su carisma, rasgo que comparten con los políticos. Muchos pastores son una mezcla de sacerdote y profeta. Hay un poder que proviene de la dimensión profética, proveniente de dones personales. En muchas situaciones esto permite que dichos líderes rompan con las

⁴ Estoy muy agradecida con las contribuciones sobre este tema, otorgadas con competencia y creatividad por Itevides José de Morais, mi asesor de doctorado en el Departamento de Sociología de la Universidad de Brasilia.

⁵ Según el Censo Demográfico de 2000 la Congregación Cristiana en Brasil fue la que más creció entre las denominaciones que buscan distanciarse de las acciones políticas y de los medios (radio, periódicos y televisión). Mostró un crecimiento de 37.7% en la última década del siglo XX, pasando de 1.6 millones de fieles a 2.2 millones.

⁶ Es significativo que en la segunda ronda de las últimas elecciones presidenciales de 2002, ambos candidatos se esforzaron, a través de los medios, en mostrar que contaban con el apoyo de la mayoría de los líderes de los grupos evangélicos brasileños, en un intento por influir en los fieles de este credo.

iglesias institucionalizadas y funden una nueva congregación (Weber, 1994). Esta característica es patente en Brasil: la inmensa mayoría de los líderes de las iglesias pentecostales de la “tercera ola” (neopentecostales) empezaron su ministerio en otra congregación y fundaron posteriormente la suya. En buena medida lo hicieron dejando de lado su aspecto sacerdotal (el cual, la mayor parte del tiempo, se encarga de mantener las tradiciones) y destacando su parte profeta (que rompe con la tradición y funda un culto nuevo, una nueva congregación).

Por lo tanto, estos dones no sólo están al servicio de la religión. No existe una barrera inquebrantable que delimite los momentos en que se deba estar preocupado por la fe y aquellos en los que se deba estar preocupado por otros problemas sociales. Incluso cuando el núcleo central de una iglesia sea la propagación de la fe por medio de sus mensajes religiosos, sus actos litúrgicos y sus prácticas pastorales, también defenderá, como institución que es, otros intereses. En este sentido, es relevante el número de sacerdotes y de seguidores con los que cuenta, su situación financiera, el intercambio que realiza con los poderes establecidos, su inserción en el mundo de las relaciones socioeconómicas y en las estructuras de la sociedad que la rodea.

El líder religioso, aunque pueda ser comprendido a partir de sus propios símbolos y fines (Weber, 1994), también tiene contacto directo con otros elementos que componen la sociedad a la cual pertenece. De la misma forma que el pastor, el líder político también puede, en muchas ocasiones, ser visto casi como un salvador. En consecuencia, en su relación con los fieles, el pastor o el padre pueden tener influencia en asuntos que no están vinculados directamente con la religión. De manera específica una de estas esferas puede ser la dimensión política, pero, históricamente, este espacio no era ocupado por los pastores protestantes en un país considerado católico —aunque esto ya no sea tan claro— y que cuenta, en la actualidad, con el mayor número de personas que se declaran católicas en el mundo.

Los misioneros protestantes tendían a otorgar mayor valor a la construcción de una buena relación con los líderes políticos brasileños, mientras que los sacerdotes católicos siempre fueron los líderes religiosos de la mayoría

y, por esta razón, sus palabras tenían más fuerza en el ámbito donde convergen la religión y las otras dimensiones sociales. De ahí parece provenir la tradición de los líderes católicos brasileños de considerarse como representantes de la totalidad de la población. El discurso de los sacerdotes católicos se basaba en la autoridad de la institución a la cual pertenecían. Hablaban en nombre de una mayoría tan aplastante que acababan, conscientemente o no, convirtiéndose en representantes del país entero, por lo menos hasta la década de 1980. Dicha década estuvo marcada por importantes movimientos sociales que pedían mayor libertad política, elecciones directas, y que abrían nuevas perspectivas de participación política en varios segmentos de la sociedad, entre los cuales se encontraba el religioso. Aunado a lo anterior, en esta misma época surgieron congregaciones pentecostales con intereses definidos en términos de mayores índices de crecimiento, y que establecieron como uno de sus pilares una acción política más incisiva.

En este sentido, la afirmación de Fonseca (2003: 49) referida a la Iglesia Universal del Reino de Dios puede, ciertamente, ser aplicada para, al menos, las iglesias neopentecostales:

La “evangelización de los medios” es la parte medular del ser/quehacer de la iglesia, la cual, conjuntamente con la acción política, las campañas, los grandes eventos, sus templos, y más recientemente, su “preocupación social” [...] delimitan las principales características de una iglesia que pretende alcanzar un estatus similar al de la Iglesia católica en la sociedad brasileña.

El concepto de “esfera pública” de Habermas puede auxiliarnos en la reflexión. Según Habermas (2003), en los siglos XVI y XVII surge un tipo específico de esfera pública, compuesto en gran medida por burgueses en ascenso dentro de las sociedades europeas que se encaminaban hacia el capitalismo. Una de las características de esta esfera era contar con un espacio en donde, principalmente en las negociaciones económicas, las posturas de un grupo (o de un individuo, por medio de un lenguaje accesible a otros individuos) podían ser transmitidas y comprendidas por todos aquellos a quienes el mensaje estaba dirigido, aun cuando las negociaciones implicasen tensiones.



Renée de la Torre y Cristina Gutiérrez Zúñiga

En ese periodo, la actuación del Estado, comparada con la actual, podía considerarse como débil. A partir del siglo XIX, la forma política y económica de actuar en la esfera pública comienza a sufrir modificaciones y la presencia del Estado se hace más visible.

A partir de entonces, aquel que quiera incidir con una voz activa y, entre otras cosas, conquistar mercados para sus productos (no quedar relegado, culturalmente encerrado) y ocupar lugares dentro del mercado de la cultura, debe tomar en cuenta no sólo el diálogo racional, sino también “seguir” las reglas de este “nuevo juego” que valoriza cada vez más la imposición de puntos de vista a partir de la actuación política. A la lucha por conseguir la influencia política se incorporan, de manera creciente, partidos, funcionarios de alto rango u organizaciones con prestigio a nivel nacional o internacional. En ella también participan líderes políticos, artistas y todo tipo de “formadores de opinión” (Habermas, 1997).

En la actualidad es posible identificar el esfuerzo invertido en demostrar que proyectos benéficos para los fieles de una determinada congregación evangélica son legítimos y anhelados por una gran parte de la población. De la misma forma que en la esfera pública de Habermas, el factor convencimiento es fundamental.

Existe algo más en juego que los simples permisos para que los cultos utilicen toda una parafernalia electrónica sonora. La adquisición o financiamiento de canales de televisión, permisos para el registro o funcionamiento de radiodifusoras y hasta de periódicos; la transformación de una propiedad pública en templo, son manifestaciones de un vínculo con la política, ya que sólo el poder público puede otorgar permisos para el funcionamiento de emisoras de radio y televisión.

Finalmente, ésa es la forma en que actúan el resto de los grupos dentro la esfera política. A partir del pensamiento de Habermas (2003) es posible darnos cuenta

que, para el logro de sus objetivos políticos, los pentecostales deben seguir en primer lugar, si actúan en esta esfera, las reglas que imperan en la misma. La acción política dentro de los moldes impuestos es la única forma, o la más competente, de ser practicada. Según este autor, no existe otra forma de actuación política accesible a los diferentes segmentos sociales, incluyendo en este caso a los evangélicos, que proporcione resultados tan compensadores. Incluso cuando, en muchas ocasiones, esta actuación pueda estar en franco desacuerdo con los valores propiamente religiosos.

Por lo tanto, la relación entre la esfera pública y los intereses de los diferentes grupos puede servir como un eje importante en la reflexión sobre la religión en la sociedad contemporánea, ya que los grupos religiosos también actúan, en ocasiones, siguiendo los patrones de quienes “quieren vender sus productos en el mercado de bienes de consumo”, es decir, se comportan como empresas capitalistas, pues uno de sus objetivos es el de aumentar su espacio de participación en el “mercado religioso”. Por esta razón, procuran también actuar políticamente, enfocándose más que nada —pero no limitándose— a la aprobación de leyes que faciliten su desarrollo. Los medios electrónicos han sido uno de los aliados más poderosos en la construcción en Brasil del espacio político de los evangélicos y, sobre todo, de los neopentecostales.

Los medios de comunicación pueden ser considerados principalmente como mercancías (Lima, 2001, Fonseca, 2003). También, desde otra perspectiva teórica, son definidos, más que nada, como cultura:

como un lugar de conformación de identidades y como un espacio para la formación de comunidades [...] No se trata solamente de un fenómeno económico o un instrumento político. Más que esto, los medios deben ser estudiados como un proceso de creación de identidades culturales, un factor central en la consolidación de actores sociales y en la producción y distribución de bienes simbólicos (Fonseca, 2003: 34).

Por lo que también pueden ser considerados como mecanismos de apropiación de la esfera pública.

RELIGIÓN, MERCADO Y EL EVANGELIO DE LA PROSPERIDAD

El vínculo entre religión y medios no es algo reciente. Es muy antiguo el uso de los medios (libros, revistas, periódicos, radio), es decir, de los canales de transmisión, de difusión, por lo menos por parte del cristianismo. No obstante, a nosotros nos toca reflexionar sobre el movimiento más reciente de mediatización, pensando, particularmente, en términos de una sobreposición de tecnologías computacionales y de telecomunicaciones en la realidad con una simultánea virtualización de lo real. Estoy refiriéndome a la red que se teje entre los medios y la religión, o viceversa. Este movimiento incita a los diferentes actores sociales, especialmente a los evangélicos, y entre éstos a los neopentecostales, a buscar el control de los canales y espacios en los medios.

Según Fonseca (2003), parece que en Brasil el uso que hacen los evangélicos de la televisión tiene origen más en la percepción de los líderes de estos grupos, o comunidades religiosas, del potencial que tienen los medios de comunicación, que en la inspiración o copia de los modelos estadounidenses.

A finales de 2003 existían siete emisoras de televisión, propiedad de iglesias evangélicas: la Iglesia Universal del Reino de Dios, Asamblea de Dios, Iglesia Internacional de la Gracia de Dios (con la presencia más fuerte en los medios), Iglesia Renacer, Sara Nuestra Tierra y la Iglesia Bautista de Lagoinha. Una vez más, destacan las iniciativas de La Iglesia Universal del Reino de Dios, cuyo canal, “La Record” (adquirido en 1999), es una de las principales emisoras abiertas, con cobertura en casi todo el territorio nacional:⁷

Además de las emisoras de televisión, empiezan a consolidarse empresas en el área de las comunicaciones que tienen en la mira a los evangélicos. Las intenciones también están dirigidas a hacer que los no evangélicos lleguen a formar parte de estas iglesias gracias al proselitismo, cada vez más intenso, que se hace en estos medios. En el primer se-

⁷ En Brasil, 87% de los hogares tienen televisión y 90% cuentan con un radio (Fonseca, 2003: 44).

mestre de 2000, los programas de televisión evangélicos representaban cerca de 80 horas semanales de transmisión [...] en 1992 esta cifra no llegaba ni a 45 horas (Fonseca, 2003: 34).

Los programas tienden al proselitismo, a desempeñar un papel importante en la sanación, ofrecen entretenimiento⁸ y diseminan una cultura evangélica que, además de los programas televisivos, cuenta con otras empresas en el área de la comunicación, tales como editoriales, disqueras, revistas,

con lo cual se crean las condiciones para una conjunción entre religión y consumo sin precedentes [...] Las críticas en relación con el uso de los medios por parte de los religiosos se basa generalmente en dos factores: su impersonalidad y los altos costos. Los analistas señalan que este uso es uno de los principales reflejos de la “mercantilización” de la fe, y entre los académicos existen varias divergencias en relación con la “validez” de los medios de comunicación electrónicos y de la cultura de masas como un lenguaje específico sin variedad [...] Los medios son un espacio importante de transmisión de propaganda y para la venta, y la Iglesia Universal asumió la concepción de religión como una mercancía al implementar una estructura transnacional para llevar a cabo, de la mejor manera posible, la exposición y expansión de su producto (Fonseca, 2003: 45, 47, 49).

La constitución de iglesias evangélicas como empresas, sobre todo en el caso de las congregaciones pentecostales de la llamada “tercera ola” (neopentecostales), se dio de manera simultánea y se hizo evidente a partir de las últimas décadas del siglo XX. Al igual que las empresas capitalistas de producción de bienes, estas iglesias buscan aumentar su participación en el mercado de los consumidores, utilizando para ello muchos componentes de racionalidad, en el sentido que expone Max Weber (1994), es decir, alcanzar el mayor número de fieles (especie de consumidores) con un mínimo esfuerzo, lo que sin duda implica una forma de elevar su participación en el mercado religioso.

⁸ Según Fonseca (2003), en la investigación de dos programas de dos iglesias pentecostales —“Show da Fe” (Iglesia de la Gracia) y “Despertar da Fe” (Iglesia Universal del Reino de Dios)—, se determinó que el énfasis que comparten es ofrecer entretenimiento a sus audiencias: “Ocupar el tiempo de los televidentes” (Fonseca, 2003: 44).

Es dentro de este contexto que se puede analizar mejor la articulación religión-entretenimiento. También a partir de la década de 1980 la aventura, los viajes, el ocio, son transformados dentro del imaginario brasileño bajo el concepto de “turismo”. Y con el turismo adquieren un nuevo significado las nociones de descanso y entretenimiento, valorizadas en particular en la década de 1970 por el régimen militar, en un esfuerzo por controlar y domesticar la fuerza laboral.⁹ Insertarse dentro de la “ola del turismo” constituye otra forma que tienen estos grupos de buscar legitimación, vía “la iglesia moderna”.¹⁰

Esta dimensión en expansión de la religión como mercancía permite una presencia cada vez mayor dentro de los espacios públicos, y la percepción creciente de la misma como entretenimiento. A final de cuentas, de esa manera consigue reunir públicos numerosos, en espacios físicos espectaculares (estadios, antiguas salas de teatro o cines), lo que estimula el surgimiento de “comunidades de sentimiento” (Hervieu-Léger, 1993), que no se extinguen en una membresía rigurosa, como sucedía en las congregaciones evangélicas anteriores a las décadas de 1960 o 1970. Se está llevando a cabo un desplazamiento de la experiencia religiosa hacia el espacio-ambiente de los medios. Pienso, en particular, en el público que asiste a eventos, ceremonias con forma de “programas religiosos” que no son, necesariamente, fieles de una congregación en particular y que no frecuentan los tradicionales cultos personalizados de las iglesias, los templos, los lugares tradicionales de “culto”. Burity (2003: 85) dice:

Lo sagrado se encuentra con la espectralidad del mundo virtual [...] una espiritualidad espectacular de *performance* dirigida a las grandes masas, y en la cual éstas son exhibidas, hecha de mucha luz, sonido, música y figuras “carismáticas” [...] y transmitida de diversas formas por los medios establecidos y los nuevos.

⁹ Véase D. Siqueira, “Turismo y religiosidad en Brasilia”, en T. S. Montoro (coord.), *Cultura do Turismo. Desafios e práticas socioambientais*, Thesaurus, Brasilia, 2003.

¹⁰ También Meyer (2003), pensando en la expansión del pentecostalismo en Ghana a partir de mediados de la década de 1980 y su vinculación con el cine popular, sugiere que su actuación en la esfera de la diversión, las películas en video, su focalización en el consumo, popularizaron al pentecostalismo más allá del ámbito de las iglesias.

Otro elemento se impone como central en el análisis de la relación existente entre religiosidad actual, política, mercado, virtualidad y, de forma concomitante, en la conformación del pentecostalismo brasileño, principalmente el de la “tercera ola”: el Evangelio o la Teoría de la Prosperidad. Dios desea que sus hijos disfruten de la vida antes de morir. Abre la posibilidad de construir un paraíso en la Tierra. El futuro es ahora: el reino de los cielos está al alcance del deseo de todos los consumidores. De esta forma, el éxito material, financiero, y el ascenso social son bendiciones divinas. Es por esto que el consumo se vuelve fundamental en la vida de los fieles, como si ellos pasaran a ser contruidos, al anclarse en los valores centrales de la religión, como fieles-consumidores, reorquestando así el consumo en la articulación entre modernidad y religión cristiana.

Puede afirmarse que en Brasil se construyó un mercado de religiones, caracterizado por una fuerte competencia entre sus agrupaciones, que ofrecen servicios religiosos —con énfasis en las sanaciones y los milagros— como mercancías a sus fieles, quienes son tratados como consumidores y clientes. Hasta aquí no hemos planteado nada nuevo. El eslabón unificador que pretendo retratar es la articulación que se establece entre las promesas de modernidad y el acceso de la mayor parte de la población a esta modernidad.

RELIGIÓN, CIBERCULTURA Y VIRTUALIDAD: EL ETERNO RETORNO DEL NUMINOSO

Pensar en los medios de comunicación es pensar, al mismo tiempo, que lo “real” es cada vez más un producto, una mezcla de lo material con lo simbólico.

Al seguir algunas pistas ofrecidas por Derrida, Burity (2003: 80) señala ciertas características centrales que transitan por nuestra experiencia de la actualidad, marcada profundamente por los medios. Se trata de esta amalgama: existencia simultánea de lo real-aparente y lo real-virtual, del hecho y la invención. A fin de cuentas la realidad no está dada, es constantemente producida e interpretada como un *performance*. Derrida nos recuerda que cuando un periodista o un político aparece en tele-

visión, hablando directamente a cada uno de nosotros, en realidad está leyendo un texto que fue producido en otro lugar, en una situación diferente, tal vez creado por otra persona o por un grupo de personas, o quizás incluso anónimo. De ahí que sea posible identificar una dimensión de síntesis artificial (imágenes, voces sintéticas) y una dimensión de virtualidad. A partir de la tecnología digital se refuerza la virtualidad, es decir, las imágenes virtuales, los espacios, resultados y acontecimientos virtuales. Esta virtualidad afecta al tiempo y al espacio de las imágenes, los discursos, las noticias, la información, que nos conectan con la actualidad. En ella se vivencia un modelo cuya referencia está en lo digital y en lo virtual, en lugar del modelo social basado en la maquinaria y en la industria. Los mecanismos dan lugar a un padrón anclado en movimientos y virtualidades.

Es plausible admitir el carácter religioso, misterioso, de esta conexión entre lo real y lo virtual, propiciado por la tecnología, por la cultura cibernética, porque nos estamos enfrentando a fuerzas extraordinarias, y en buena medida incomprensibles para la mayoría de los mortales, que ejercen un control y un poder también extraordinarios. Los medios parecen estar al servicio de los hombres, pero simultáneamente están por encima de los mortales, como algo que lo “ve todo”.

Machado (2003: 140), al analizar las investigaciones realizadas por intelectuales, jefes de laboratorios universitarios, sociólogos y filósofos, encuentra diferentes categorías religiosas y concluye que éstas

“presentan” el ciberespacio con tonos proféticos y mágicos, y de esta forma, realimentan el sentir común con respecto a los procesos evolutivos de la ciencia, que son capaces de comprobar las verdades más recientes de ciertos principios de fe.

Y estas personas que navegan en el ciberespacio

lo consideran como una dimensión sagrada; una gama de informaciones que debidamente accesadas y manipuladas conducen a otra “dimensión” existencial y simbólica; el ciberespacio encarna virtudes religiosas (en el sentido clásico de la religión); conectarse al ciberespacio es tener la experiencia de una revelación de otro mundo, de una irrupción de lo sagrado en plena luz de lo cotidiano (Machado, 2003: 140).

Este autor se pregunta, entonces: ¿cuál será la relación entre tecnología y religión? Según él, se puede hablar de una cosmología religiosa de la virtualidad, al igual que de una cosmología ciber-religiosa, citada por los autores que discuten las nuevas tecnologías, la cibercultura y el ciberespacio. Al identificar una articulación recurrente entre religión y tecnología digital, creada por los que construyen este ciberespacio (ingenieros, informáticos) y por los que lo analizan, el autor plantea la hipótesis de que tal vez nuestra fascinación por las computadoras se deba más a factores espirituales que utilitarios.

Machado explica la paradoja: por un lado, la religión se tecnifica y, por otro, la ciencia se vuelve mágica (resulta interesante leer y relativizar este argumento en relación con lo desarrollado por B. Latour, especialmente en "Another Take in Science and Religion"):

Lo que nos interesa entender es cómo, en todas las versiones de esta relación entre ciencia y religión, es apropiada la ciber-realidad, permitiendo de este modo la aparición de un nuevo escenario de profecías relacionado con los nuevos modelos de vida social (Machado, 2003: 134).

96 ◀

A final de cuentas, los teóricos del ciberespacio son profetas de una eternidad posiblemente alcanzable por medio de la evolución científica y tecnológica llevada a sus últimas consecuencias, a tal grado que llega a presentarse la posibilidad de la inmortalidad, aunque sus principios se encuentren desde siempre anclados en una dimensión religiosa. Los autores que Machado revisó analizan y prescriben. Este autor enfatiza la articulación de las profecías con el potencial unificador del ciberespacio en la sociedad contemporánea. Deduce que, a la par que los autores anuncian el fin de la religión, la profetizan en otros términos. Aquí surge un nuevo enigma: ¿qué otros términos resultan necesarios, en el contexto que estamos tratando, para la elaboración del ciberespacio?

Bien, la virtualidad puede ser definida, dialécticamente hablando, en términos de una oposición con lo real, así como una ampliación de la misma:

La virtualidad es entendida [...] como una oposición favorable para el análisis de aspectos que muchas veces pasan desapercibidos en la configuración de la trama social, lo que conduce a una reflexión sobre las fronteras y el hi-

bridismo entre estas categorías: lo real y lo virtual [...] La noción de virtualidad, reanimada por la cibercultura, aumentó su campo de aplicación, convirtiéndose en un instrumento apropiado para definir estas esferas inmatriciales de gran peso en la vida humana: los sueños, la religión y, actualmente, el propio ciberespacio. Esta relación entre virtualidad cibernética del ciberespacio y la virtualidad clásica [...] de la religión se convierte en una interesante clave de análisis de la intimidad entre estas esferas encontradas en los autores analizados (Machado, 2003: 143).

Según el autor, el concepto de virtual, más allá de conceder un estatuto a lo inmaterial, orienta los cuestionamientos sobre la propia realidad de lo que aprendemos a concebir como real en la cultura. A final de cuentas, se da una interconexión entre lo sagrado y lo profano: la circulación mágica de información y la trivialidad de lo cotidiano. Navegar en el ciberespacio no deja de ser una forma de vivir una experiencia en otro mundo, como si lo sagrado invadiera o tomase el lugar de lo cotidiano. Pareciera que existe una idealización del ciberespacio como un paraíso de libertad y se crea una percepción de racionalidad comunicacional entendida como lo mejor de los mundos posibles (Sodré, 2003).

La trascendencia y el misterio alcanzan, una vez más, su estatus, aunque sea bajo nuevos términos. En un lugar-momento donde se esperaría, por excelencia, la ausencia de la trascendencia, ésta viene de regreso de un mundo misterioso, mágico y nada olvidado. A final de cuentas, como diría Giddens (2002: 10), el eje o el orden de la modernidad (la que el autor denomina como modernidad alta o tardía) es postradicional, pero esto no implica que las convicciones de la tradición y el hábito hayan sido sustituidos por las convicciones del conocimiento racional. Entonces, tal vez valga la pena considerar la lectura del concepto weberiano de secularización, sobre todo como un proceso social de diferenciación y separación de las esferas (sociales, culturales, institucionales), como lo hace Pierucci (1998), porque la secularización, según nos dice, prosigue, por lo que no se puede abandonar este concepto central de la sociología. A la vez, estamos, de hecho, en un proceso de re-encantamiento del mundo. De ahí que sea posible opinar que la secularización no ha significado desencantamiento del mundo.



Ricardo Ramirez Arriola

REFLEXIVIDAD: LOS NEOPENTECOSTALES COMBATIENDO LA EXCLUSIÓN

Lo acelerado de la globalización ha exacerbado el incumplimiento de las innumerables promesas que la modernidad dirige a sectores cada vez más grandes en países como Brasil: juramentos emancipatorios, basados en la instrumentación de la técnica y en un poder fantástico de la razón y de la ciencia, de construir un mundo despojado de misterio, libre de los poderes inefables de la naturaleza y de la religión. Pero la globalización impone contradicciones cotidianas entre la inclusión prometida y deseada, y la exclusión, vivenciada cotidianamente en las esferas de lo material, económico, social y cultural.

El discurso neopentecostal centraliza el consumo, como ya fue expuesto (*Evangelio de la Prosperidad*), por lo que el éxito material acaba funcionando como un ecualizador imaginario (Meyer, 2003): el consumo puede per-

mitir que las personas se conviertan en una clase por sí mismas, a pesar de las diferencias abismales presentes en los espacios de producción y distribución de bienes, tanto a nivel nacional como internacional. Y en este proceso parece medular el papel que desempeñan los medios, tal como es orquestado por el pentecostalismo.

Porciones significativas de la población brasileña, decepcionadas ante el incumplimiento de las promesas de modernidad, se aferran a las promesas del pentecostalismo, basadas en el mágico acceso al consumo, vía la entrega a Dios, a Jesucristo, al Espíritu Santo; y encuentran en esta religión un mensajero de una prosperidad posible. Como diría Meyer (2003: 28) refiriéndose a Ghana, el pentecostalismo se convierte en una “guía confiable para practicar la globalización”.

En este sentido, es válido recuperar una cuestión importante (Burity, 2003; Sodré, 2003): existiría un vínculo entre religión y medios en el que se construye un discurso

moral sobre el mundo, donde el deber sería asumido por los propios medios, a partir de un discurso autoprofético de sí mismo. A fin de cuentas, consumo y moralidad pasan a ser equivalentes (el futuro: el reino de los cielos está aquí y ahora). Esta lógica mercantilista moralizante fusionaría el comportamiento del mercado, el individualismo y la llegada del futuro. Según Burity (2003: 86):

El papel de la mediación cultural y del manejo de la subjetividad que tradicionalmente han sido llevados a cabo por la religión están pasando cada vez más a ser terreno de la intervención de la moralidad mediática. Entre lo “desconocido” de las estructuras y los procesos sociales, políticos, económicos y culturales que se revisten de una creciente complejidad; y la conciencia y el lenguaje popular, más acostumbrados a los mecanismos simplificadores de formación de opinión y de gusto, los medios circulan, promueven y difunden valores de una cultura de consumo y de masas, aunque transmiten también discursos críticos del orden vigente.

98 ◀ Pero esta afirmación merece consideraciones. Hasta las décadas de 1960 o 1970, un evangélico era fácilmente reconocido por su conducta, su vestimenta, su postura, por su forma de cargar la Biblia. Las prohibiciones eran infinitas y específicas para los miembros de estas congregaciones. La membresía estaba inscrita en sus cuerpos, más allá de sus comportamientos y prácticas. En la actualidad es difícil distinguir a un pentecostal, sobre todo a un neopentecostal, de los fieles de otras religiones o, hasta de los no fieles como los ateos, espiritualistas o personas sin religión. Cada día que pasa la tradición va perdiendo terreno. En esto se basa Giddens (2002) para hablar de un orden postradicional o de una modernidad tardía. Y es que a la par, incluso entre los neopentecostales, aumenta, en la construcción de una conducta tal como la definió Weber, la tendencia a considerar al individuo como referencia en términos de autocontrol permanente, en perjuicio de la percepción anterior, que consideraba al individuo como un receptáculo que podía ser ocupado por Dios o por el diablo. O, como diría Giddens (2002: 12): “[...] la auto-identidad se convierte en un emprendimiento, reflexivamente organizado”. De esta forma, según el autor, el proyecto reflexivo del Yo se manifiesta dentro de un contexto de múltiples opciones,

que es filtrado continuamente por sistemas abstractos, en un movimiento dialéctico con los procesos que pretenden uniformizar, debido, principalmente, a la mercantilización general de la vida “mientras más la vida diaria es construida en términos del juego dialéctico entre lo local y lo global, tanto más los individuos son forzados a escoger un estilo de vida a partir de una diversidad de opciones” (Giddens, 2002: 13). Finalmente, la vida actual es una cultura de riesgo y la confrontación con el riesgo encierra muchos imponderables.

Meyer (2003: 22), al estudiar el fenómeno en Ghana, nos recuerda que el poder exterior (posesión, diablo, malos espíritus) no queda descartado, pero crece la responsabilidad personal del creyente. Se refiere a los regímenes pentecostales de subjetividad y de tecnologías del Yo, enaltecidos como la garantía más adecuada para conseguir el éxito personal.

Entonces se puede reflexionar en términos de un materialismo idealizado, que agrega mercado, individualismo y futuro en el presente, pero que es moralmente controlado. Es decir, que, por un lado, el éxito material es bendecido; pero por el otro, la modernidad guarda sus tentaciones y seducciones. La mayoría de las películas en video actualmente producidas en Ghana afirman la necesidad de adoptar una religión pentecostal para poder involucrarse con la modernidad de forma segura y disciplinada. Estas anotaciones sobre Ghana encajan con las investigaciones realizadas por Oosterbaan (2003) sobre los pentecostales en Río de Janeiro. El autor resalta cómo la cultura visual pentecostal no se define solamente por los programas de televisión que los fieles desean ver, sino también por aquellos que no quieren ver. Mirar la televisión se vuelve referencia de un movimiento de atracción y rechazo, ya sea de imágenes como de narrativas, que deja en las manos del creyente la cautela, la selección, el manejo de situaciones que se presentan como tentadoras, pero que no se apegan a las enseñanzas de la Biblia, obligándolos a cubrirse los ojos en ciertos momentos, por ejemplo. Meyer enfatiza la reflexión interior y Oosterbaan el estar atento al cuerpo. Finalmente, el ser humano también es carne, y el Espíritu Santo puede abandonar el cuerpo de un creyente, lugar donde debería habitar.

La ambivalencia está expuesta. Por un lado, la búsqueda de la legitimación; a final de cuentas se trata de una iglesia moderna, tal como lo esclarece un pastor neopentecostal en una entrevista reciente:¹¹

Puede hablar caló, ir al gimnasio, y hasta ingerir algo de alcohol los fines de semana [...] no podemos quedarnos fuera de este universo [universo propio de los jóvenes del mundo moderno actual] [...] Encaminar nuestra vida hacia el Señor dejó de ser un sinónimo de religión. Se convirtió en un estilo de vida.

Por otro lado está el espacio inevitable de la subjetividad de cada uno. Porque, al mismo tiempo, como queda dicho en el mismo artículo periodístico citado anteriormente, el presidente del Consejo de Pastores de las iglesias evangélicas comentó: “Nosotros nunca abriremos totalmente las puertas de la iglesia al mundo.”

Las fronteras entre lo profano y lo sagrado, diferenciación medular para algunos sociólogos, como Durkheim, residen cada vez más en los mismos fieles pentecostales; lo que significa, por otra parte, una invitación para los que buscan una nueva forma de religiosidad o una nueva religión, no anclada en una verdad única, en un solo dogma y en un único Señor. Una ética construida de manera creciente por el sujeto, por la subjetividad. Muchas otras fronteras de la sociedad moderna, ancladas en dualidades excluyentes, comienzan a ser sustituidas por conceptos más flexibles. Cada vez gana más terreno el espacio de la subjetividad, del Yo reflexivo del que nos habla Giddens (2002), especialmente entre los evangélicos, quienes deben decidir, de manera más recurrente y de forma cotidiana, entre lo correcto y lo incorrecto, aunque continúen, de alguna forma, teniendo como referencia a Dios o al diablo, polaridad que se encuentra en franca decadencia.

Finalmente, como nos recuerda Giddens (2002), a pesar de que las diferencias de clase, género, raza o etnia, impliquen diferentes formas de tener acceso a los bienes materiales y simbólicos, también los excluidos, los mar-

ginados, tratan de construir un estilo de vida, porque éste, asimismo, depende de las decisiones tomadas personalmente, aun en condiciones severas de privación. El pentecostalismo crece principalmente entre los excluidos de la sociedad, que sufren problemas básicos como el desempleo.

¿Y qué decir de los adeptos a los grupos místico-esotéricos, o aquellos que buscan una nueva forma de religiosidad y que constituyen el otro hilo conductor que mencioné, sobre todo los adeptos que cuentan con niveles de escolaridad altos y, en general, una situación económica resuelta?¹²

REFLEXIVIDAD: BUSCADORES DE UNA NUEVA FORMA DE RELIGIOSIDAD QUE LIDIAN CON LA INCLUSIÓN

Los adeptos de las nuevas formas de religiosidad son personas que buscan una manera de vivenciar una religiosidad antijerárquica, antidogmática, anti, extra o para eclesial. Tanto así, que se autodenominan como “centro”, “escuela”, “grupo”, “legión”, “filosofía” porque no se consideran como una religión. Y si lo hacen, tal aspecto pasa a un segundo término. Aun religiones anteriores al cristianismo, como pueden ser las diferentes ramificaciones del budismo, son vivenciadas como una filosofía o un estilo de vida: una nueva forma de vivenciar la religiosidad.

Estos grupos tienden al holismo y al ecumenismo; no se restringen a estar anclados a un líder único, un ser superior o iluminado, porque transitan entre Buda, Cristo, Hare Krishna, Bahay’u’lá, S. Germain, Maitreya, otros líderes que encontraron la iluminación en el Amazonas por medio de enteógenos indígenas o de personas que fueron iluminadas durante la construcción de la capital de Brasil, como Tía Neiva, una conductora de camiones que creó el Valle del Amanecer, o el Maestro Yucanaan, que fundó ahí la Cidade Eclética (Ciudad Eclética). Y quizás el fenómeno más intrigante del proceso sea el hecho de

¹¹ Entrevista concedida por un pastor de la Iglesia Sara Nuestra Tierra al periódico *Correio Braziliense*, 17 de octubre de 2004.

¹² Véase Siqueira, en particular, 2003a; y Siqueira y De Lima, 2003.

que existen muchos buscadores que, después de transitar por varios grupos, fundan una forma de religiosidad por cuenta propia, una especie de “amalgama” religiosa, que incorpora varias prácticas y creencias de distintas fuentes, incluyendo las cristianas.

Basados en valores tales como “lo divino se encuentra en cada uno de nosotros; tenemos que desarrollarlo”, insisten en la posibilidad casi perdida —por el proceso de socialización (persona) y por los valores hegemónicos de la sociedad actual (anclada, por excelencia, en un consumismo ilusorio)— de conectarse con un “Yo superior”, un “Yo divino”, un “Yo místico”. De ahí se origina inclusive la identificación y aproximación de estos buscadores con prácticas alternativas o no convencionales (homeopatía, yoga, flores de Bach, cartas astrales, tarot, meditación, alimentos orgánicos, medicina preventiva y no curativa), pues las convencionales están marcadas

por la visión del mundo y de los valores de la sociedad moderna (destruccionista, consumista, curativa y no preventiva, ancladas en la fragmentación y no en el holismo, en una ciencia autoritaria orientada a lo técnico).

Es necesario disminuir, pasar a segundo término o hasta anular el ego y construir un nuevo estilo de vida que no dé prioridad a la monetarización y mercantilización ni a la destrucción de la vida, características de la sociedad envolvente. Esta búsqueda llega a involucrar a personas que, en el límite, admiten vivir sin alimentarse, que dicen sobrevivir sólo nutriéndose “de luz”, de lo que se ve, de lo que se escucha, de lo que se percibe con el olfato, en un estado contemplativo y meditativo permanente.

¿Cuáles serían los puntos de conexión que nos permitan pensar, de manera simultánea, en los dos extremos del *continuum* social, que serían los más y los menos excluidos? A pesar de estas diferencias hay algo en común:



la subjetividad y la reflexividad. La individualidad moderna, llevada a sus últimas consecuencias, impone la exigencia de un “Yo reflexivo”, que implica por igual a los más incluidos y a los más excluidos.

INCURSIONES SOCIOLÓGICAS CASI CONCLUSIVAS

Por un lado, llama la atención en Brasil el crecimiento de los evangélicos y, sobre todo, de los neopentecostales, tanto en términos numéricos como por su participación en los medios, en la esfera pública, en la representatividad política, y su uso simultáneo de los medios, el consumo, la prosperidad, lo profano y lo sagrado. Más allá de la religión, se trata de una religiosidad que continúa siendo el eje de atribución de sentido a la vida, de resolución de los dramas cotidianos para la mayoría de los pobres, de los excluidos de la sociedad brasileña.

Por otra parte, los buscadores de nuevas formas de religiosidad anticlericales, anti-institucionales, son sobre todo personas con una situación material holgada, que cuentan con niveles de escolaridad y renta altos, que, en su mayoría, están incluidos en el sistema y pueden tener acceso a los escasos bienes materiales y simbólicos de la sociedad actual, modernidad alta o tardía, como diría Giddens.

Los primeros, pentecostales anclados en la Teología de la Prosperidad, ya no son protestantes. No protestan: son evangélicos. Y si protestan, es porque están luchando por alcanzar la inclusión. Se valen de los medios, la esfera y los cargos públicos, el calor, los itinerarios turísticos, en fin, lo que la sociedad actual ofrece, para establecer una legitimidad y conseguir su inclusión en la sociedad envolvente. Esto sin abandonar la convicción de la palabra y de la vida de Cristo. El Evangelio sigue siendo el eje, y, por encima de todo, el sufrimiento de Cristo por y para todos los humanos.

Los segundos, buscadores de una nueva forma de religiosidad, ecuménicos, anhelan desapegarse de la materialidad, de la ilusión consumista, de los dogmas, de los poderes institucionales y sus ultraenvejecidas prácticas de representatividad política hegemónica (sindicatos,

partidos políticos). Eliminar el sufrimiento de la condición humana, diría Buda. Se trata de un nuevo estilo de vida anclado en prácticas alternativas o no convencionales. La intención es huir, como sea, de todo lo que es hegemónico: los medios de comunicación, las invocaciones al consumo, los *fast foods*, la revista *Playboy*.

Sin embargo, ambos pregonan un nuevo estilo de vida. ¿A qué estilo de vida se refieren? Muy distinto, a primera vista. Pero la referencia común es la sociedad anclada en la mercantilización y monetarización, pues estos estilos de vida están marcados, sobre todo, por la inclusión o la búsqueda de romper con la misma. En el caso de los neopentecostales, por la inclusión, a partir del Evangelio de Cristo. Para los buscadores de una nueva forma de religiosidad, ecuménica, por el distanciamiento con los valores y prácticas básicas de la modernidad. El eje de ambas posturas refleja un posicionamiento frente a un proceso de acelerada globalización.

Marx murió, pero la sociedad capitalista, cada vez más excluyente, marginalizadora, creadora de diferencias, continúa bastante viva. Vivimos una nueva etapa de globalización, más capitalista que nunca. En la actualidad podemos observar, a partir de las dos tendencias religiosas más significativas de nuestro tiempo, en principio opuestas, muy distintas, en un país del Tercer Mundo, cómo la religión nos habla sobre nuestra sociedad occidental.

La religiosidad, más allá de la religión, siempre contiene sorpresas. A fin de cuentas, históricamente, fue ella la responsable más importante de la mediación cultural y del trabajo sobre la subjetividad. Pero la sociología tendió a privilegiar la dimensión institucional, es decir, la Iglesia. De esta forma, permitimos que la piedad, la caridad, la dádiva, fuesen entregadas a la teología, como si no fueran parte constitutiva de nuestras relaciones sociales cotidianas. Nosotros, los científicos sociales, no podemos perder más tiempo. La religiosidad, esta dimensión conformadora de la condición humana (búsqueda de lo numinoso, lo misterioso, lo sagrado, lo trascendental), puede ser acoplada, pero no subordinada, a otro elemento estructurante de la condición humana.

Al conformar grupos, las personas (“el hombre es un ser gregario”) son actores sociales, que tienden a estable-

cer reglas, jerarquías, relaciones asimétricas de poder. Y finalmente, instituciones. La búsqueda de una nueva forma de religiosidad que sea anticlerical, anti-institucional, es un fenómeno que se expande, por lo menos, en todo Occidente. Y aun en Japón las religiones que más crecen desde el final de la Segunda Guerra Mundial también son de este tipo, nuevas formas de religiosidad. Enfrentar este movimiento, que incluye las dos dimensiones: una búsqueda por la religiosidad y por la orquestación institucional, no se refiere solamente a la filosofía. Como mínimo es una de las matrices de las ciencias sociales. O debería serlo. Espero haber contribuido a esta reflexión.

Bibliografía

- Azevedo, I. B., 1996, *A celebração do indivíduo – A formação do pensamento batista brasileiro*, Unimep, São Paulo.
- Assmann, H., 1986, *A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina*, Vozes, Petrópolis.
- Burity, J., 2003, “A mídia e religião: regimes do real entre o mistério, o aparente e o virtual”, *Religião & Sociedade*, vol. 2, núm. 23, ISER, Rio de Janeiro.
- Chiavenato, I., 1999, *Administração de Recursos Humanos*, Atlas, Sao Paulo.
- Champion, F., 1990, “La Nébuleuse mystique-ésotérique. Orientants psyco-religieuses des courants mystiques et ésotériques contemporaines”, en F. Champion y D. Hervieu-Léger (dir.), *De l'émotion en religion. Renouveau et traditions*, Centurion, Paris.
- , 1995, “Persona religiosa fluctuante, eclecticismo y sincretismo”, en J. Delumeau (dir.), *El hecho religioso. Enciclopedia de las grandes religiones*, Alianza Editorial, Madrid, pp. 709-739.
- Fonseca, A., 2003, “Fé na tela: características e ênfase de duas estratégias evangélicas na televisão”, *Religião & Sociedade*, vol. 2, núm. 23, ISER, Rio de Janeiro.
- Freston, P. C., 2001, *Evangelicals and Politics in Africa, Asia and Latin America*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Giddens, A., 2002, *Modernidade e identidade*, Zahar, Rio de Janeiro.
- Guerra, L., 2002, “A metáfora do mercado e a abordagem sociológica da religião”, *Religião e Sociedade*, vol. 2, núm. 22, ISER, Rio de Janeiro.
- Habermas, J., 1997, *Direito e democracia entre a facticidade e a validade*, Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro.
- , 2003, *Mudança estrutural da esfera pública*, 2ª ed., Biblioteca Tempo Universitário LTDA, Rio de Janeiro.
- Hervieu-Léger, D., 1993, “Present-Day Emotional Renewals: The End of Secularization or the End of Religion?”, en W. Swatós (ed.), *A Future for Religion? New Paradigms for Social Analysis*, Sage, Londres.
- Lima, V., 2001, *Mídia: teoria e política*, Perseu Abramo, Sao Paulo.
- Machado, C., 2003, “Religião na cibercultura: navegando entre novos ícones e antigos comandos”, *Religião & Sociedade*, vol. 2, núm. 23, ISER, Rio de Janeiro.
- Mafrá, C., 2001, *Os evangélicos*, Zahar, Rio de Janeiro.
- Mariano, R., 1999, *Neo pentecostais: a sociologia do novo pentecostalismo*, Loyola, Sao Paulo.
- Meyer, B., 2003, “Pentecostalismo, prosperidade e cinema popular em Gana”, *Religião & Sociedade*, vol. 2, núm. 23, ISER, Rio de Janeiro.
- Oosterbaan, M., 2003, “Escrito pelo Diabo”, *Religião & Sociedade*, vol. 2, núm. 23, ISER, Rio de Janeiro.
- Oro, A. P., 1992, “Podem passar a sacolinha: Um estudo sobre as representações do dinheiro no neo-pentecostalismo”, *Cadernos de Antropologia*, vol. 7, núm. 9, Sao Paulo.
- Oro, A. P. y P. Semán, 2000, “Pentecostalism in the Southern Cone Countries. Overview and Perspectives”, *International Sociology*, vol. 4, núm. 15.
- Pierucci, A. F., 1998, “Secularização em Max Weber. Da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido”, *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 37, núm. 13, Sao Paulo.
- Siepierski, C. T., 2001, *De bem com a vida – O sagrado num mundo em transformação. Um estudo sobre a igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea*, tesis de doctorado, Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo.
- Siqueira, D., 2003a, *As novas religiosidades no Ocidente. Brasília, cidade mística*, Editora da Universidade de Brasília, Brasília.
- , 2003b, “Turismo e religiosidade em Brasília”, en T. S. Montoro (coord.), *Cultura do Turismo. Desafios e práticas socioambientais*, Thesaurus, Brasília.
- y R. B. de Lima (coords.), 2003, *Sociologia das Adesões. Novas religiosidades e a busca místico-esotérica do Brasil*, Garamond, Rio de Janeiro.
- Sodré, M., 2003, *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*, Vozes, Petrópolis.
- Weber, M., 1994, “Sociologia da Religião”, *Economia e Sociedade*, Universidad de Brasília, Brasília.
- , 1967, “A Política como vocação”, en *Ciência e Política. Duas vocações*, Cultrix, Sao Paulo.
- , 1982, *Ensaio de sociologia*, Koogan, Rio de Janeiro.