



Estudios sociológicos

ISSN: 0185-4186

ISSN: 2448-6442

El Colegio de México A.C.

Algranti, Joaquín

Objetos en acción. Estudio sobre instituciones, consumo  
y cultura material en el neo-pentecostalismo argentino

Estudios sociológicos, vol. XXXVI, núm. 107, Mayo-Agosto, 2018, pp. 393-416  
El Colegio de México A.C.

DOI: 10.24201/es.2018v36n107.1538

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59856881005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Objetos en acción. Estudio sobre instituciones, consumo y cultura material en el neopentecostalismo argentino

*Joaquín Algranti*

Conicet-Universidad de Buenos Aires  
jalgranti@hotmail.com

---

## ***Resumen***

El objetivo del artículo consiste en reconstruir trayectorias de consumo que definen distintas maneras de relacionarse con la cultura material de las megaiglesias evangélicas en Argentina. Para ello se proponen diferentes dimensiones de análisis de las trayectorias en función de (a) los contextos rituales, (b) los objetos dominantes y (c) las emociones involucradas en su elección. El artículo se divide en tres partes. En la primera, se problematiza la epistemología del consumo, que propone la tesis de la desinstitucionalización religiosa. En la segunda y tercera partes, se exploran empíricamente itinerarios construidos en torno a los consumos musicales y literarios.

Palabras clave: cultura material; consumo; megaiglesias; neopentecostalismo.

## ***Abstract***

**Objects in action. Study  
on institutions, consumption and material  
culture in Argentinian neo-Pentecostalism**

The aim of this paper is to analyze consumer trajectories that define different ways of relating to the material culture of the evangelical mega-churches in Argentina. In order to do this, it is necessary to study the itineraries based on (a) the ritual contexts,

(*b*) the dominant objects, and (*c*) the emotions involved in their choices. The paper is divided into three parts. In the first, we will problematize the epistemology of consumption derived from the thesis of religious deinstitutionalization. In the second and third part, we intend to explore empirically the trajectories constructed through musical and literary consumption.

Key words: material culture; consumption; mega-churches; neo-Pentecostalism.

---

## Introducción

Al conversar sobre sus preferencias, gustos y rechazos en materia de objetos religiosos, Alejandro, un joven evangélico entendido en las formas de circular por el medio cristiano, recurría una y otra vez a la siguiente metáfora:

El tema es así: si a vos te ofrecen comida, te ofrecen comida de afuera, de la calle y vos podés comer en tu casa, tenés comida y sabés que es saludable. ¿Vas a comer afuera o vas a comer en tu casa? ¡Tenés acá para consumir! Uno prefiere siempre comer lo que está en casa.

La inclinación casi exclusiva por la comida “saludable”, “nutritiva”, “filtrada” de la casa —recuperando las expresiones exactas del entrevistado—, dibuja un perfil de creyente-consumidor circunscripto, al menos en teoría, al territorio de su iglesia; vale decir, plantea un modelo de sujeto fiel a la oferta cotidiana que el pastor elige o a veces produce y perfecciona de acuerdo con el proyecto de institución que intenta llevar adelante. Recrea en definitiva una manera, entre otras, de relacionarse con la cultura material<sup>1</sup> de un grupo y su descripción específica de la realidad y los miembros que la componen. Las tácticas de fidelización conviven también con otros principios relacionales, entre los que destacan, por ejemplo, las síntesis heterodoxas, las dinámicas de circulación y las identificaciones selectivas de mercado.

Con base en estos lineamientos, el objetivo del artículo consiste en reconstruir las trayectorias mínimas de consumo que rigen las distintas maneras de acercarse a la cultura material difundida en los grandes templos, las denominadas “megaiglesias neopentecostales”.<sup>2</sup> Allí emergen dinámicas

<sup>1</sup> Este concepto remite, en una de sus acepciones, al sistema de objetos que expresan las formas de vida, los ritos y los principios de organización de las creencias de un determinado grupo reunido en torno a criterios religiosos o espirituales. Para una ampliación de las implicancias en los estudios de consumo, véase Miller (2007), Semán y Battaglia (2012) y Algranti (2016).

<sup>2</sup> Nos referimos al templo de Catedral de la fe y a Rey de Reyes. Son dos de las cuatro megaiglesias más importantes de la Ciudad de Buenos Aires. Para un desarrollo geopolítico del concepto *megaiglesia*, véase James (2015, pp. 4-15).

de orden y juego con el sistema de objetos espiritualmente marcados —los libros, la música, las películas, la ropa, los distintivos, incluso las redes sociales— que rodean la vida material de los individuos en tanto agentes económico-religiosos. Las trayectorias serán analizadas en función de (a) el contexto ritual que facilita el consumo a través de instituciones concretas (iglesias, productoras, editoriales, eventos); (b) los objetos elegidos; y (c) los estilos emocionales que median la relación con las mercancías. Se construyen así diversas maneras de situarse dentro del medio evangélico y su comprensión del mundo.

El texto se encuentra organizado en tres apartados. En el primero, se problematizará en términos teóricos la epistemología del consumo que desarrollan las ciencias sociales de la religión en América Latina, interrogando las premisas y el alcance de la tesis de la desinstitucionalización religiosa. En el segundo, se analizarán empíricamente dos itinerarios —casi opuestos— regidos por las preferencias y oportunidades musicales. A continuación, en el tercer apartado, se trabajará con trayectorias en las que la literatura cristiana contribuye a gestionar las dificultades relativas a la socialización religiosa, a sus cambios y transformaciones biográficas.

En cuanto al enfoque metodológico, cabe destacar que el artículo presenta los primeros resultados de un Proyecto de Investigación Plurianual (PIP) en curso 2015-2017 —“Las formas sociales del consumo religioso”—, financiado por el CONICET y codirigido por la doctora Mariela Mosqueira. El proyecto tiene como objetivo el estudio de los procesos de circulación y uso terapéutico de la cultura material evangélica del área metropolitana de Buenos Aires. En dicha investigación se aplicó un enfoque propio de la sociología cualitativa, incorporando técnicas etnográficas de amplia difusión, como las entrevistas abiertas, extensas y recurrentes, la observación participante y el análisis de documentos. Se seleccionaron distintas narrativas que describen la variedad, pero también las regularidades en las formas complejas de vinculación con la cultura material de grandes templos neopentecostales. Los casos elegidos no intentan una representación total del universo de estudio a la manera de muestras estadísticas, sino establecer inductivamente perfiles de usuarios que complejizan las formas dominantes de entender y describir el paisaje religioso en América Latina.

## **1. Epistemología del consumo religioso**

Para los fines de una captación sociológica del fenómeno, se entiende el consumo de objetos espirituales como un tipo específico de relación social que

permiten a los actores —individuales o colectivos— referenciarse, es decir, establecer vínculos de cercanía, negociación o distancia frente a un territorio de creencias y su definición de la realidad. El sistema de elecciones que hace al gusto por las mercancías religiosas expresa distintas maneras de conocer y, sobre todo, de “vivir” la cultura material de uno o varios espacios de pertenencia e identificación. En una palabra, la vida social de las cosas permite explorar, entre otros aspectos, el sentido de la adhesión que rige las interacciones individuo-grupo.

Ahora bien, en estudios recientes el problema genérico del consumo suele estar tematizado a través de una fórmula restringida de relación social, descrita con la imagen metafórica de una “religiosidad a la carta”, del “menú creyente” o “el bricolaje”, como expresiones altamente individualizadas del creer, libradas a la agencia subjetiva; o sea, a la capacidad de combinar, mezclar y producir apropiaciones eclécticas, híbridas, entre diversos bienes culturales. En realidad, el gusto al estilo bricolaje es una tesis derivada de un argumento más amplio que se propone explicar el alcance y las consecuencias del proceso de desinstitucionalización de lo religioso atribuyendo a dicho proceso un carácter de época, en el que se sintetizan las pautas dominantes de la espiritualidad contemporánea. Es preciso reconocer ciertas premisas de este diagnóstico generalizado para problematizar la epistemología que sustenta su conceptualización.

Durante los últimos 20 años, la atención de los estudiosos al sistema de objetos que comprende la cultura material de las religiones y la variedad de sus posibilidades y orientaciones prácticas se encuentra mediada —en la mayoría de los casos— por una tesis operativa de gran consenso y alcance. Como se anticipó, postula la desregulación del creer en el marco de una disminución pronunciada de las competencias institucionales, así como de los recursos disponibles, para conducir la vida espiritual de las personas (Mardones, 1996; Hervieu-Léger, 2004; De la Torre & Gutiérrez Zúñiga, 2005; Esquivel, 2010; Jungblut, 2010; De la Torre, 2012). En esta lectura, el consumo de mercancías religiosas se desarrolla correlativamente a un doble proceso: (a) por un lado, el achicamiento de las oportunidades efectivas de gestión de lo sagrado y de los reconocidos bienes de salud y salvación que monopolizaban las instituciones clásicas, pensemos en las iglesias, las sectas, las denominaciones e incluso en los movimientos y comunitarismos, en cuanto redes de confianza más o menos estables (Tilly, 2010, p. 19); (b) por otro lado, la ampliación y diversificación del entorno material, la oferta que rodea las formas rituales, festivas y devocionales a través de un sistema propio de bienes y servicios. Las fuerzas económicas, pero también sociales del capitalismo, contribuyen al proceso de consolidación de un complejo de agentes

que dan forma a una industria cultural en ascenso. De esta manera, los marcos interpretativos que fundan las elecciones son indisociables de una tesis fuerte sobre la desinstitucionalización de lo religioso en correspondencia con la multiplicación de la oferta y la demanda de productos cada vez más personalizados, hechos a la medida de un autoconsumo espiritual, casi sin mediaciones ni intermediarios.

La tesis arroja finalmente una imagen del paisaje religioso de nuestros días, gobernado por el retiro de las instituciones clásicas y la acentuación del individuo, de sus competencias —sus habilidades prácticas y teóricas, sus facultades imaginativas, su reflexividad, su sentido del juego y de las afinidades simbólicas y emocionales que ofrece el entorno—, puestas al servicio de una construcción biográfica de lo sagrado. No es extraño que en el marco de un argumento que dota de superioridad heurística a las prácticas instituyentes sobre los procesos instituidos de las organizaciones, la acción de consumir sea interpretada según la metáfora dominante del “bricolaje” o el “menú” en cuanto figuras retóricas de las nuevas formas de individuación del creer.

### *1.1. ¿De qué instituciones estamos hablando?: el riesgo del esquematismo conceptual*

Es necesario reconocer que el diagnóstico sobre la desinstitucionalización de lo religioso y sus formas derivadas de comprender el consumo alcanza su mayor capacidad analítica cuando funciona como hipótesis operativa, circumscripta a casos de estudios concretos; es decir, cuando se trata de un argumento empíricamente fundado y expuesto a refutaciones o reformulaciones parciales de campo. Sin embargo, como suele ocurrir con los consensos de las ciencias sociales, una tesis aceptada es proclive a los usos mecánicos que la convierten, primero, en un presupuesto, y luego, en un punto ciego que deja intactas zonas enteras de su lógica y razonamiento. Se da por entendido aquello que debe explicarse. Esto es lo que ocurre, a nuestro parecer, con la idea de institución llamativamente abstracta, formal, que opera de referente en numerosas aplicaciones de dicha tesis, y en un movimiento inverso con la idea a todas luces concreta, restringida, de sujeto-consumidor que se transforma en el modelo universal del intercambio económico y el gasto en materia de cosas sagradas. Vale la pena problematizar cada una de estas operaciones intelectuales que condicionan el estudio de la cultura material.

La primera de ellas, relacionada con la institución, consiste en su análisis con base en su geografía oficial y sus rasgos exclusivamente normativos. Esto supone una reducción del concepto sociológico de iglesia —en cuanto arque-

tipo de las organizaciones religiosas— a tres aspectos dominantes: *(a)* los fundamentos del dogma y los principios doctrinales de la enseñanza; *(b)* el conjunto de ritos que compone la liturgia formal; y *(c)* los procesos internos del aparato burocrático desde donde se instituye un cuerpo de especialistas y una ideología, un sistema integrado de ideas, definiciones y ordenamientos del mundo natural y espiritual. Lejos de explicitarse, la matriz funcionalista de esta comprensión de las organizaciones no va más allá de una referencia tácita. Permite producir una síntesis altamente abstracta de la Iglesia católica —y a partir de ahí de todas las empresas de salvación— como un modelo institucional rígido que pierde funciones y competencias. Si la categoría de institución es equivalente a la de iglesia, y ésta es sinónimo de dogma, doctrina, liturgia y burocracia, o sea, de las áreas más racionalizadas y especializadas de su actividad, entonces, la desregulación del creer se convierte en un dato irrefutable, un punto de partida. Y, por oposición, los sentidos biográficos adquieren la fuerza de la creatividad, la dinámica y la innovación frente a la ortodoxia en retroceso de los grupos establecidos.

No obstante, y vistas de cerca, las instituciones reales complejizan el factor de rigidez y estandarización de este enfoque y aparecen cotidianamente como programas de acción en curso. Es importante restituir al concepto su carácter procesual para situarlo —a la manera de la sociología y la antropología clásica— a nivel de las regularidades de la interacción, del vocabulario de motivos, los usos y las costumbres más o menos estereotipados que gobiernan las pautas de conducta; a nivel de los esquemas de pensamiento y los modos de organizar la memoria, el olvido, los criterios de proximidad y distancia que permiten construir relaciones de identidad entre aspectos disímiles de la experiencia y evitar así las simplificaciones teóricas y supuestos formales con que se describe la gestión oficial de una organización. De hecho, el trabajo de instituir una realidad, en este caso religiosa, ubica las tareas profesionales de los especialistas en la zona liminal entre lo instituyente y lo instituido. Allí es posible reconocer el principio activo que hoy se omite de la praxis institucional. Siguiendo las reflexiones certeras de Pablo Semán (2013) y Alejandro Frigerio (2013) sobre esta temática, es razonable preguntarse si las desregulaciones, así como la consecuente individuación de las creencias contemporáneas no son una fase de un proceso más amplio que incluye movimientos contrarios de fuerte reestructuración de la vida religiosa: la industria, el consumo y la cultura material podrían ser, a contrapelo de las lecturas convencionales, poderosos vectores de la reinvenCIÓN de las iglesias y sus representantes.

La segunda premisa tiene que ver con el supuesto de la subjetivación de las creencias como reverso exacto de la pérdida de las capacidades institu-

cionales. Sólo que, mientras que en este último caso se postula un concepto altamente abstracto, rígido, de las organizaciones —un planteo colonizado por la lógica del “catolicocentrismo” que describe Pablo Semán (2014, p. 281)—, la tesis de la individuación funciona, por el contrario, a fuerza de hipostasiar otros referentes empíricos, sobre todo aquellos que ocupan una posición subalterna, como es el caso de la espiritualidad *New Age* y ciertas vertientes de la religiosidad popular. Éstas son caracterizadas, en numerosos estudios, mediante la fórmula de las adhesiones débiles que expresan las redes y circuitos alternativos de sociabilidad o las devociones peregrinas. Sus rasgos característicos señalan la importancia de la vivencia personal, la afectividad, las circulaciones internas y el arte de combinar selectivamente diversas ofertas espirituales. En términos epistemológicos, el principio activo del hecho religioso tiende a detenerse en el momento de la construcción social de la realidad que Berger y Luckmann denominaban la “externalización” de la actividad humana: aquello que los actores hacen cotidianamente en sus semirrutinas, adecuaciones y ajustes con las posibilidades que ofrece el entorno. Este recorte corre el riesgo de sobreponerse, y también de exotizar en el mismo acto, las agencias individuales desde la dominancia de una religión vivida que se completa y legitima a sí misma a través del consumo (Hervieu-Léger, 2004, p. 189; Michel, 2009, p. 665). Un Robinson Crusoe de las creencias que se autovalida a partir de las mercancías, desconociendo los procesos simultáneos de objetivación e internalización que rigen el mundo social.

El enfoque —fenomenológico, en el mejor de los casos— puede quedar atrapado en el círculo interpretativo que describe el paradigma de Rudolf Otto en *Lo santo* al recorrer incesantemente en una y otra direcciones el camino entre la experiencia de lo sagrado y su objeto, como ocurre en los estudios culturales centrados en las narrativas del “amor por” un determinado bien de consumo. Las bases sociales de la vivencia religiosa, vale decir, sus condiciones de posibilidad y reproducción son apenas enunciadas. Se descuida, entonces, la génesis y la dinámica de una sensibilidad espiritual, de sus emociones y sentimientos, indissociables de las fuerzas colectivas que la forman desde los dominios prerreflexivos de la experiencia. Pensemos en la trayectoria educativa, familiar, laboral de los actores, en las sociabilidades primarias de su medio o en la probabilidad de clase que define sus aspiraciones y el modo en que se expresan en el sistema de preferencias y descartes de las orientaciones religiosas. Es probable que la prehistoria de las prácticas de consumo que describe la lógica del “bricolaje” o el “menú creyente” acote las posibilidades efectivas de combinación o circulación entre las ofertas disponibles (Frigerio, 2012, p. 154) y muestre cómo la tesis

tiende a extrapolar irreflexivamente un modelo de consumo desregulado a todas las prácticas económicas del medio religioso.

Considero importante relativizar el alcance de estos diagnósticos a partir de los cuales se produce una epistemología derivada del consumo porque, por ejemplo, el neopentecostalismo opera en direcciones alternativas, incluso opuestas. La convergencia entre las fuerzas simbólicas del Evangelio y el modo de producción de mercancías genera una síntesis original que se resuelve mayoritariamente no hacia afuera, sino hacia el interior de las mismas instituciones neopentecostales. De hecho, los templos de distintas escalas y demografías reformulan el programa institucional de acuerdo con la selección de una determinada familia de objetos en la que la modalidad dominante de consumo se propone fidelizar estéticamente al creyente con las redes de confianza del grupo. En este caso, la naturaleza de la relación social que amplifican las prácticas económicas encuentra su tipicidad en la reinvencción del vínculo con las iglesias.

## 2. Apostar por la música

Si pensamos las mercancías religiosas no de manera solitaria, sino integradas a un sistema de objetos que comparten entre sí ciertas reglas de uso de acuerdo con un contexto ritual, es posible distinguir lógicas de consumo que tienden a la reproducción o al cambio de los modelos de orden establecidos. Las posiciones habitadas frente a las megaiglesias se manifiestan, refuerzan y exhiben a través de la cultura material disponible, como lo demuestra el caso del Hillsong estudiado por Yip (2015, pp. 108-118), así como los análisis latinoamericanos de juventud, *rock* y medios de comunicación (Jungblut, 2007; Lago, 2016; Mosqueira, 2014; Semán, 2016). En este apartado, se propone examinar los itinerarios de dos amigos de una misma megaiglesia, que expresan en sus gustos y gastos las lógicas enfrentadas que gobiernan su territorio de creencias. Para lograrlo, se reconstruyen analíticamente los contextos, los objetos de preferencia y las emociones que participan, sobre todo, de sus apuestas musicales. No es la sociología de la música (De Nora, 2012; Hennion, 2012; Benzecry, 2012) ni la pregunta por el apego lo que rige este apartado, sino el esfuerzo por captar el modo en que se entrelazan situacionalmente lo subjetivo y lo objetivo, es decir, las biografías y las instituciones a través de la cultura material.

Marcelo y Alejandro son compañeros de célula desde hace cuatro años, se consideran amigos y, aunque se conocen bastante bien, no saben todo el uno del otro. Comparten más que nada la vida religiosa, es decir, los

cultos, las reuniones de grupo, las actividades generales y especialmente el entusiasmo por las canciones cristianas de alabanza y adoración. De hecho, sus identificaciones musicales se manifiestan en un interés sistemático, “un llamado” a participar de uno de los ministerios más exigentes y populares entre los jóvenes, como es el de la música. Sus trayectorias de consumo describen formas de espiritualidad casi opuestas que participan, sin paradojas ni contradicciones insostenibles, de la misma definición de la realidad.

### *2.1. El ADN de la iglesia: “que suene a Rey de Reyes”*

Alejandro tiene 29 años, vive en Villa Lugano —un barrio de clase obrera, muy poblado, en los límites de la Ciudad de Buenos Aires— y se encuentra en el último año de Ingeniería en Sistemas en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Nació en un hogar evangélico, sobre todo de parte de su mamá, enfermera auxiliar que afianzó su relación con Dios luego de que él naciera con algunas complicaciones. En su casa se escuchaban los devocionales de la radio Maranatha y se leía la Biblia cada tanto y por obligación; no abundaban los materiales religiosos. Ni su padre ni su hermano mayor son cristianos y ambos trabajan como contratistas en la construcción. Sus dos hermanas menores asisten a la iglesia mientras estudian en la universidad pública. Alejandro pasó toda su infancia acompañando a su mamá a un templo pequeño de unas 300 personas llamado “Dios es amor”, a pocas cuadras de su casa. Aunque nunca terminó de sentirse parte de ese espacio, tiene sus propios testimonios de milagros que retratan la “fidelidad de Dios” y el mundo de la vida de un niño, sus problemas, aspiraciones y deseos concretos, como pueden ser los juguetes. Uno de sus anhelos de infancia era comprarse un auto Nikko a control remoto. Un regalo caro que su madre no podía pagar y que, ante su insistencia, ella le sugiere, no sin cierta angustia, que se lo pida a Dios. Con sus ocho años, Alejandro ora, cree, pide de verdad, pero también se anota, ayudado por su hermana, en una competencia de videojuegos (*Mortal Kombat*) en el programa de televisión *Top-kids*, uno de los *shows* infantiles más conocidos de la década de 1990. Unas semanas después lo convocan y gana todo, incluyendo el preciado auto a control remoto. Este acontecimiento no tiene en su familia doble lectura, sólo una: es la prueba de que Dios es fiel, realmente escucha y responde en los términos en los que se lo convoca.<sup>3</sup> Lo sagrado irrumpió así en la vida cotidiana de un chico, en su horizonte de ex-

<sup>3</sup> Es posible encuadrar su testimonio en las narrativas evangélicas de prosperidad, especialmente estudiadas por la academia anglosajona tanto en su dimensión histórica (Bowler, 2013) como en sus especificidades étnicas (Harrison, 2005).

pectativas, en los sentidos y emociones que vehiculiza un tipo de consumo extraordinario que excede ampliamente su situación de clase.

Como suele ocurrir en las narrativas cristianas de segunda generación, la adolescencia lo encuentra en una etapa de distanciamiento y disconformidad con la iglesia de origen. El malestar se expresa en la crítica al estilo de liderazgo, a la composición social demasiado amplia de los grupos, a los formalismos de la liturgia y a la falta de espacios de participación de los jóvenes. Alejandro lo describe diciendo que “no tenía sentido de pertenencia en ese lugar”. La desafiliación se evidencia también a través de la cultura material evangélica, en la falta de interés en su oferta y posibilidades. Durante estos años, y en parte gracias a los amigos de la escuela, aprende a tocar la guitarra eléctrica inspirado en el metal clásico y las técnicas virtuosas de bandas al estilo de *Rising Force*. En su testimonio estos consumos no están asociados, como podría esperarse, a las figuras del mal —al Diablo, el Pecado o el Mundo—; se trata solamente de una etapa en la que todavía “no había aceptado a Cristo en mi corazón”. No había tenido una “revelación”, una vivencia, un sentimiento más allá de las palabras y las explicaciones racionales que confirmara “la presencia de Dios”.

Este suceso ocurrió ocho años más tarde, en su primer viaje familiar a Barranquilla, Colombia, al poco tiempo de volver, sin mucho entusiasmo, a su iglesia de origen. “Cuando viajé a Colombia fui a una de esas iglesias ¡y eso era una fiesta! Vivían un cristianismo distinto”. Y ese cristianismo distinto, animado, neopentecostal, cuenta con su propio sistema de objetos que refuerza los ritos de cada culto y brinda marcos interpretativos para la experiencia recibida. Por eso Alejandro vuelve no sólo con recuerdos, revelaciones y amistades, sino también con libros (*Una vida con propósito*, de Rick Warren, y *Buenos días, Espíritu Santo*, de Benny Hinn), con música de vallenato cristiano, Estrato 7, y otras bandas y nombres clave de la adoración y la alabanza, como Generación 12, Hillsong, Marcos Barrientos, Marcos Witt y Marcela Gándara. También regresa con la recomendación de visitar la iglesia Rey de Reyes, la cual no conocía. “Volví con una idea distinta, porque uno de los propósitos más grandes que me quedó grabado del libro de [Rick] Warren es formar una familia en Cristo. Es importante para que podamos apoyarnos unos a otros... y yo siempre anduve solo”. El libro de Warren acompaña el tránsito hacia un cambio de actitud general.

Movido por la experiencia del culto colombiano, Alejandro comienza, a los 24 años, una nueva etapa de retorno al Evangelio, donde coinciden por primera vez en un mismo proyecto institucional elementos antes dispersos de su vida religiosa. El rito, los objetos y las emociones —nuestras dimensiones de análisis— aparecen sintetizados en la oferta cultural de las megaiglesias por

las que circula: primero en Catedral de la fe, y luego, y ya de manera definitiva, en Rey de Reyes: (a) los contextos rituales delimitan espacios concretos y diversos de participación colectiva. En este caso, los cultos semanales, las reuniones de células y los ensayos en el ministerio de música —asiste al templo cuatro veces por semana— describen una geografía y una frecuencia de las sociabilidades religiosas ligadas siempre a una situación ritual y a un líder que las oficia; (b) en ellas hay una participación constante, imprescindible, de la cultura material del templo: la Biblia, los libros del pastor y, sobre todo, el cuerpo de 200 canciones que escucha, practica, perfecciona y actualiza en los ensayos con el objetivo de ser algún día la guitarra principal del culto de jóvenes, aunque aclara: “la estrella siempre es Dios”. Sus consumos se concentran en el segmento musical que ofrece el templo mediante distintos productos (CD, DVD, la radio Gospel, tutoriales, etc.). Los libros los compra más para regalar —a su papá, que no conoce a Dios, o a amigos de célula que frecuenta, pero no tanto— que para sí mismo; (c) por último, las formas rituales y el sistema de objetos involucrados proponen una definición de lo real donde las emociones, la vivencia y los sentimientos son los criterios de verdad. Ellos distinguen las experiencias numinosas del neopentecostalismo en cuanto religión del corazón, de otras ofertas sagradas. La dimensión física de una espiritualidad viva a nivel del cuerpo —que se expresa en la risa, el llanto, el silencio, el baile, la fiesta, las canciones, las lenguas desconocidas, los abrazos— es lo que Alejandro encontró en Colombia y replica en Argentina. La emocionalidad, las variaciones del ánimo, no son una excepción, sino un estilo de creencia que coloca los sentidos por encima del convencimiento intelectual. Por eso, las emociones musicales de la alabanza y la adoración son causa y consecuencia de lo sagrado.

La posición, en cierta manera sacerdotal de sus consumos, consiste en la identificación plena con el proyecto, podría decirse que en la interpelación de la iglesia en dos niveles diferenciados: la oferta cultural de sus productos y la propuesta de participar institucionalmente en su producción. Se trata de consumir música para reproducir música y lograr, con base en el estudio, la nivelación, el ensayo y el entrenamiento, que las canciones —es el caso de *Creo en ti* o *Lluvia* como temas emblemáticos— logren el sonido propio del templo, “la iglesia tiene un ADN, se trata de que suene a Rey de Reyes”. Supone, entonces, un control profesional del detalle escénico, esto es, interpretar en vivo el gesto del pastor, su movimiento de la mano, a veces la palabra —que anticipa el tema específico— implica también enmendar los errores si quien oficia equivoca la letra u olvida el nombre de la canción que solicita a la banda. En la lógica del consumo y la reproducción de la cultura material se afirman poderosos modelos de orden que estabilizan la vida religiosa.

## 2.2. *Mente teosófica, corazón evangélico: el arte de componer una música superior*

Aunque Alejandro no lo sepa, su mejor amigo tiene una relación comprometida, pero completamente distinta, con la música evangélica, con la iglesia en general; tal vez porque su trayectoria y sus aspiraciones son diferentes. Marcelo es un joven científico de 34 años, doctor en química, vive solo en el barrio de Caballito —no en la zona más cara— y se desempeña como investigador del CONICET. Nació en la localidad de Sunchales, Santa Fe, dentro de una familia católica, pero no practicante. Su única hermana vive en Canadá desde 2003, es profesora de danza clásica y contemporánea. Sus padres, ya separados, mantienen ambos algún tipo de relación con la teosofía; de hecho, su papá, además de trabajar como abogado para un banco, llegó a ser presidente —luego de cumplir diferentes funciones— de la Fundación Lucis<sup>4</sup> entre 1995 y 2005. Su madre ejerció como profesora de historia y geografía hasta que se mudaron a Buenos Aires cuando él tenía cinco años. De chico estudió música y en la adolescencia violín, siempre con profesores particulares con los que llegó, incluso, a tocar en una orquesta *amateur*. Desde el principio, sus gustos fueron organizados en torno a la música clásica —Beethoven y Chopin primero, luego las melodías medievales, monásticas, renacentistas y los cantos gregorianos, entre sus preferidos—. Lo mismo ocurrió con sus consumos, Marcelo es abonado al teatro Colón y a la Filarmónica de Buenos Aires. La estructura de sus preferencias suele expresarse bajo distintas fórmulas de oposición —como puro-impuro, alto-bajo, complejo-simple—, que utiliza recurrentemente en sus adjetivaciones, evidenciando los criterios de clase que gobernan la calificación de sus gustos. Ellos marcan una taxonomía espiritual identificada, en correspondencia con su actividad científica, con las formas ilustradas de la vida religiosa.

En su centro de investigación todos saben que es evangélico y él no reniega de esa identidad, aunque se percibe, en otros términos, como un “evangélico atípico”. A diferencia de Alejandro, conoce poco y nada del mundo pentecostal, de sus doctrinas, circuitos internos y milagros; su única referencia es el templo Rey de Reyes al que asiste por primera vez en 2008, sin convicciones ni crisis personales, para acompañar simplemente a una amiga del trabajo que estaba pasando por una mala situación. Lo que encuentra en el culto a nivel de la vivencia, las emociones y sentidos es algo que no había experimentado nunca, “un ambiente especial”, “puro”, “con una energía relativamente elevada”. Para Marcelo, las inquietudes espirituales transcurrían

<sup>4</sup> Desde 1957, la Fundación Lucis se dedica a la edición, difusión y estudio de las enseñanzas teosóficas en la Argentina.

hasta ese momento por el camino esotérico-filosófico de la teosofía, la cual había heredado de su padre, exclusivamente a través de la literatura y algunas conversaciones esporádicas. Entre los libros de divulgación de Rubén Cedeño y su introducción a la metafísica y los textos complejos y encriptados de Helena Blavatsky —pensemos en *La doctrina secreta*—, se encuentran otros autores intermedios, como Alice Bailey e I. K. Taimni. Todos ellos fueron sus maestros, su principal consumo literario y los que definieron una manera y un estilo autodidacta de clasificar el mundo que no es incompatible con las enseñanzas, pero sobre todo con las formas rituales del culto evangélico. De hecho, “la teosofía explica todo, explica por qué existe el evangelismo”.

Pero, ¿cómo confluye la masividad popular de los neopentecostales —un culto secundario, de menor nivel para los ocultistas— con la ilustración aristocrática de la teosofía? En su comprensión de los asuntos espirituales, Marcelo distingue dos caminos que conducen al conocimiento: el camino intelectual, que encuentra en el ocultismo su máxima expresión, y el camino devocional, místico, centrado fundamentalmente en las emociones, que perfeccionan los evangélicos, junto con otros grupos religiosos. Ambos se encuentran respectivamente diferenciados en el plano astral y el plano mental. Aunque es superior, “la mayor parte de la gente en este momento no está preparada para entrar en temas teosóficos”, las posibilidades que enfrenta la humanidad de evolucionar espiritualmente transcurren en el plano astral, en la sensibilidad, los sentimientos, las devociones colectivas. En este sentido, las tres herramientas teosóficas para alcanzar la profundidad espiritual son la meditación, el estudio y el servicio; tres herramientas que encuentran, para Marcelo, su analogía en el mundo evangélico (a través de los cultos, el estudio bíblico y el trabajo social de los ministerios).

Esta comprensión gobierna los consumos selectivos de dos culturas materiales distintas. De la teosofía toma los libros, en cuanto expresiones evolucionadas del plano mental. Del Evangelio toma la música como un canal de comunicación con las energías puras del plano astral. Aunque no excluye la Biblia —sobre todo el Nuevo Testamento— de los hábitos de lectura que sugiere la Iglesia a sus células, reconoce este texto como una influencia más entre muchas otras revelaciones que sucedieron después. “La cuestión cerrada de la Biblia”, aquello que define para Alejandro, su amigo, la calidad de la doctrina del templo y sus productos, representa para Marcelo un límite que “no permite innovaciones” y que, en consecuencia, no está dispuesto a respetar, tampoco a discutir o negociar, ni con su líder ni con sus compañeros o amigos. Su visión de un evangelio teosóficamente informado no está puesta a debate.

El sistema de objetos que capta la atención de nuestro entrevistado se reduce exclusivamente a la música grabada de la iglesia, sin incluir los pro-

gramas de radio, los recitales o sitios de internet de otros templos y bandas. Su objetivo no es el de Alejandro, no pretende participar del ministerio de música, ya que esto supone una dedicación que lo excede. Su intención, “su servicio”, es componer canciones de alabanza y adoración influidas por sus referencias clásicas, es decir, componer una música “superior” —en oposición a la música “superflua”, “nociva”, del “rock duro”— que contribuya a generar un ambiente de “elevación”, de conexión emocional con “energías superiores”, siguiendo el modelo de Hillsong o Marcos Witt. Su itinerario heterodoxo de consumo produce una síntesis original de las tres dimensiones de análisis elegidas: (a) en lo que respecta a los contextos rituales, los espacios colectivos de inserción son los cultos de jóvenes de los sábados. La evidencia de sentido de la música, en cuanto consumo cultural privilegiado y canal de comunicación con las energías espirituales del ambiente, transcurre durante los ritos performativos del culto. Por el contrario, sus ceremonias domésticas, la lectura teosófica, la meditación diaria no incluyen la alabanza ni la adoración evangélica en ninguna de sus versiones; (b) los objetos dominantes son aquellos de la industria en sentido estricto, o sea, los dominios que prefigura y aparta la producción cultural. Por un lado, el canon establecido de la literatura teosófica —Blavatsky, Bailey, Taimni—, por otro, la selección de música legítima de una megaiglesia en particular, respetando sus límites, sus énfasis, sus argumentos de autoridad. La naturaleza disidente de sus elecciones culturales radica en la combinación de la ortodoxia literaria y musical de dos mundos distintos; (c) por último, las emociones que vehiculizan tanto los silencios rituales como la música pura del culto en su faceta devocional —“aquella que te elimina o te limpia los canales de conexión”—, le permite entrar en contacto, a través del pensamiento y sus manifestaciones físicas, el llanto o la risa “sutil”, con una conciencia de grupo y la percepción de algo más, una realidad, una energía, un sentimiento espiritual que trasciende el “placer y el dolor”. “Existe algo que realmente va más allá de eso que antes era una cuestión de fe o una hipótesis en el aspecto teosófico, y de repente lo empezás a sentir”. La vivencia de esta percepción se expresa en las sensaciones. Mente teosófica, corazón evangélico, su consumo cultural explicita un tipo de relación basado no tanto en el orden como en los modelos de juego de dos tradiciones antagónicas.

### 3. La Biblia en colores

Es probable que para los hijos de los llamados avivamientos espirituales de la década de 1990 y la generación que le sucedió, no haya un libro más leído

que *Buenos días, Espíritu Santo*, de Benny Hinn. Las posibilidades de la experiencia religiosa encontraban allí una gramática o un cuerpo flexible de reglas que permitía diferenciar lo propio del estilo devocional, litúrgico y doctrinal del neopentecostalismo. Se trata de una fórmula de relación aparentemente sencilla: “El Espíritu Santo —plantea el testimonio de Hinn (2011, p. 42)— es una persona. Igual que tú. Él puede sentir, percibir y responder. Él se duele. Él tiene la habilidad de amar y la habilidad de odiar. Él habla, y tiene su propia voluntad”. La vivencia de lo sagrado, y el sentimiento de realidad que lo acompaña, depende de la experimentación de la personalidad del Espíritu Santo como un ser concreto, cercano, como un amigo.

Ahora bien, la experiencia se encuentra repleta de dificultades, obstáculos, desánimos y fracasos; de hecho, puede ser más fácil aceptar la base teórica de una propuesta religiosa que vivenciarla físicamente. Por eso, la literatura ocupa un lugar clave en la producción de marcos interpretativos para representar —en términos de Victor Turner— el drama social que experimentan las nuevas generaciones cuando enfrentan el mandato de conocer, vivir y sentir a la persona del Espíritu Santo. Los itinerarios de consumo que se analizan a continuación apelan al recurso de la palabra escrita, los libros, para resolver este conflicto.

### *3.1. Benny Hinn o la gramática de la experiencia religiosa*

Entre sus libros cristianos de referencia —es el caso de los testimonios misioneros, las historias de vida, algunas obras de Bernardo Stamateas y otras de su esposa—, ninguno tuvo un impacto equivalente en la trayectoria de nuestra entrevistada —a excepción tal vez de la Biblia— al del *best seller* *Buenos días, Espíritu Santo*. Carolina es jujeña, tiene 30 años y se encuentra realizando estudios posdoctorales en España. Ella completó la carrera de Comunicación Social en la Universidad Nacional de Jujuy y luego obtuvo una beca doctoral del CONICET que la llevó durante un tiempo a Buenos Aires. En sintonía con el paisaje religioso del noroeste argentino, ella proviene de una familia católica, “ultracatólica” a sus ojos, convertida al protestantismo. Su papá es jujeño, estudió el profesorado en Historia y Educación Cívica, pero se desempeña como trabajador de cuello blanco en la Municipalidad de la provincia, mientras que su mamá es de Santiago del Estero, terminó el secundario y se dedicó a criar a sus cuatro hijos. Cada uno de ellos recreó, a su manera, el horizonte aspiracional de la pequeña burguesía. La hermana mayor es docente de nivel inicial, estudia Ciencias de la Educación y trabaja en el Rectorado, sus dos hermanos también son profesionales, uno de ellos es

psicólogo y el otro se recibió de técnico en Sonido en la Universidad Nacional de Tucumán y empezó luego la carrera de abogacía.

En cuestiones religiosas, su infancia giró en torno a la iglesia bautista del Nazareno, una congregación de unas 300 personas, con un estilo devocional estructurado, “tradicional”, que contrastaba con el interés de Carolina por la danza clásica, la música, el dibujo, la pintura y con el modo en que su madre la motivaba a una formación artística en el conservatorio. En Nazareno se casaron y congregaron sus padres, pero en el mundo evangélico la iglesia de los padres no suele ser la iglesia de los hijos. En su casa había materiales cristianos que no despertaban su curiosidad. Su relación con la cultura material se activa durante la adolescencia con el cambio de ciudad y de referentes, con el pasaje de toda la familia al templo bíblico Maranatha del pastor Juvenal García. Se trata, probablemente, de la megaiglesia más importante de San Salvador de Jujuy —“es una referencia Maranatha, así como es la terminal, la cancha de gimnasia y esgrima de Jujuy, el Colegio Nacional, la plaza Belgrano, el Shopping; o sea, ¡todos la identifican!”—. Allí entra en contacto con las expresiones artístico-devocionales del neopentecostalismo y con la oferta cultural que recrea la librería del templo con base en los productos de la editorial Peniel. Entre todos se destaca el libro *Buenos días, Espíritu Santo*, que le regala su mamá para ayudarla a lidiar con lo que ella identifica, tiempo después, como una cierta depresión de la juventud.

Benny Hinn lo que me proponía en este libro era una experiencia personal con la persona del Espíritu Santo, así lo decía con referencia bíblica, porque su apoyatura siempre fue la Biblia. Entonces, decía que su experiencia era que él se levantaba y, ¡buenos días, Espíritu Santo! Salía de su casa y la presencia de Dios lo acompañaba, una cuestión muy personal, y quizás yo también, en esa búsqueda, en esa cuestión espiritual, en ese momento que me encontraba, era como que necesitaba también ese tipo de experiencia, y el libro de Benny Hinn [chasquea los dedos en señal de velocidad] así me lo leía, era una cuestión de todos los días, iba y venía con los diferentes capítulos, que me impactaba la experiencia personal, esa vivencia tan real que él tenía; él decía que había que entender que el Espíritu Santo es una persona, entonces, yo digo... si es una persona, es como hablar con vos... el contacto es real. No es una cuestión de Dios allá y yo aquí, una cuestión mística.

La oposición místico-real es una de las taxonomías que más se repiten en su caracterización del Espíritu Santo como una persona con voluntad, sentimiento, pareceres, con la capacidad de enojarse, pero también de comprender y absolver las faltas. Lo real de la experiencia y las emociones que envuelve es sentir que el principio activo de lo sagrado reside en las

posibilidades cotidianas de conversar individualmente con la tercera persona de la trinidad a través de la oración íntima, sentirlo en la música, recibir sus mensajes a través de la Biblia —y su lectura sistemática, por “dedocracia” o siguiendo las prédicas del domingo—, por medio de las palabras inspiradas del pastor, a veces del guía de célula, reconocer su voz en los sentimientos colectivos —de paz, alegría, perdón, consuelo, liberación— del culto. Benny Hinn es quien mejor describe testimonialmente y prefigura —para toda una generación— las comprensiones personificadas de lo sagrado en tanto realidad de los sentidos.

Es esa misma realidad la que Carolina persigue y encuentra en Buenos Aires a finales de 2008 durante sus años del doctorado a través del circuito de las megaiglesias y su cultura material. Asiste en un principio a Presencia de Dios; en su primera reunión, un desconocido les regala a ella y a su mamá el libro *Mujeres que brillan* de la esposa del pastor. De Stamateas valora aquello que algunos rechazan, es decir, su Evangelio psicológico, el modo en que incorpora la noción de “autoestima” y “autoayuda” para dirigirse hacia la zona de frontera del cristianismo: en su opinión utiliza “la estrategia del libro de Esther”, que consiste en hablar todo el tiempo de Dios sin nombrarlo. También visita la Catedral de la Fe del pastor Carnival durante un concierto de Marcos Barrientos, compra sus discos y algunos adornos; participa de una charla de jóvenes en el Centro Cristiano Nueva Vida, se identifica con la mirada social del pastor Prein, con el modo en que aborda los temas cotidianos del país. Finalmente, elige congregarse donde concurren sus amigas de la ciudad, en Rey de Reyes. Identifica a Freidzon con un Evangelio dirigido a las naciones, fuertemente internacionalizado, y de estudio bíblico. Difiere del perfil más comunicacional de Carnival, de las lecturas sociales de Prein o del énfasis psicológico de Stamateas, pero se destaca por la centralidad que le otorga en su liturgia al Espíritu Santo. Todos ellos y cada uno con su estilo participan de sus amistades cristianas en Facebook, a las que sigue, lee y eventualmente consulta.

Retomando nuestra distinción analítica, se puede ver que: (a) los contextos rituales de sus consumos religiosos obedecen a un criterio de circulación restringido al circuito de las grandes iglesias, a los cultos, los recitales, las charlas de jóvenes. Se diferencia de los otros itinerarios por la estrategia de complementariedad entre la oferta cultural de distintos templos y pastores, muchos de ellos rivales. Su condición de migrante interna entre dos provincias (Jujuy y Buenos Aires) facilita la lógica peregrina de sus adhesiones; (b) los objetos que gobiernan sus preferencias son, sobre todo, los libros, entre los que destaca el *best seller* de Benny Hinn, la Biblia —el evangelio de Juan, los Salmos, Proverbios y el libro de Esther— y algunas obras de Stamateas —*Quie-*

ro un cambio e *Intoxicados por la fe*—; (c) la literatura aparece puesta al servicio de una gramática de la vivencia y las emociones que produce la personalización del Espíritu Santo y el sentimiento de realidad que conlleva. Las emociones colectivas de otros itinerarios —construidos en torno a la música— se ajustan aquí a la comprensión de la cotidianeidad y cercanía de lo sagrado en una de sus versiones, tal vez más individualizada. Pero, ¿qué ocurre cuando esta experiencia de personificación sobre la que se confirma el neopentecostalismo tarda en llegar o no sucede?

### 3.2. “*¿Dios, existís?, quiero conocerte, no quiero chamuyo, no quiero una religión*”

El itinerario de consumo que se analizó da por supuesto o simplifica un punto relativamente conflictivo de todas las trayectorias: la vivencia que propone Benny Hinn a sus lectores no es sencilla, es una experiencia de ruptura y consecuente reformulación de las formas de espiritualidad heredadas. Se trata de un proceso dificultoso, repleto de equivocaciones, retrocesos y desánimos. Durante este derrotero, la literatura y la música representan recursos decisivos para ordenar el desorden, el sentimiento de fracaso que acompaña muchas veces el esfuerzo de socialización en una nueva metodología espiritual.

La trayectoria de Nicolás, de 23 años, permite complejizar este aspecto. Él nació en un barrio popular del partido de Quilmes, en una familia cristiana de segunda generación; es decir, su abuelo fue el primero en convertirse y después su papá logró incluso semiprofesionalizarse en la vida religiosa de una iglesia pequeña, Cristo es la Solución, dentro de la cual se desempeñó como copastor hasta 2008. Sin embargo, su actividad profesional nunca pudo ser la pastoral, trabajaba por su cuenta en el servicio de fletes y luego en la compra y venta de autos usados. Su mamá es ama de casa, conoció el pentecostalismo a través de su marido y estuvo a cargo de la escuela dominical. Nuestro entrevistado viene de una familia de cuatro hermanos y trabaja tiempo completo como programador en una empresa mientras estudia Ingeniería en Sistemas en la universidad pública. Una de sus metas es ser el primer universitario de su familia.

Desde chico y hasta los 16 años, fue socializado en el mismo ambiente evangélico, rodeado de materiales para predicar, de libros, música y anécdotas sobre milagros y sanaciones. Durante esta etapa no se identificaba a sí mismo como un “cristiano de verdad”, ya que “iba a la iglesia porque iban mis viejos, porque ellos me decían dale, andá” y en la escuela pública, lejos de diferenciarse, se mimetizaba con el estilo de vida de sus amigos. Las for-

mas heredadas no eran las formas vividas y —siguiendo un modelo de orden relativamente difundido entre los cristianos de segunda o tercera generación— esto se manifestaba en sus preferencias, en sus consumos, pero también en la disposición interna a re-aceptar las creencias de sus padres, en otros términos y en ambientes institucionales alternativos.

En correspondencia con otras narrativas análogas, sus inquietudes por las cuestiones del espíritu se vuelven más intensas en una etapa de transición entre dos ciclos biográficos: por un lado, el final de su formación secundaria y los primeros contactos con el mundo adulto que recrea el ambiente universitario; por el otro, su primer empleo en McDonald's. En esa época la familia decide mudarse de iglesia por algunas diferencias con el pastor, por "la falta de frutos"; pese a la distancia, el padre toma la determinación de congregarse en Rey de Reyes. Conocía a Freidzon por su renombre en el medio cristiano y su programa de televisión ("Venimos a acá porque, como era la más conocida, la más grande, dijimos, en vez de buscar una chiquita a ver cómo son, ¡vamos directamente a una buena!"). El cambio de iglesia también supone un cambio de sociabilidades y la interpellación de conocer a Dios realmente sin "chamuyo", ni "religiones". Tener una experiencia que se manifieste a nivel físico y en una transformación del carácter. Este mandato de personalización de la creencia no es fácil de sobrellevar: "Muchos decían: ¡sí, Dios existe!, tomá, recibí el milagro, ¡esto es de Dios! ¿Y yo, qué? Estoy acá parado, no siento nada". El primer libro que compra, siguiendo la recomendación de su célula, es el de Benny Hinn, le atrae sobre todo "la amistad que él tenía con el Espíritu Santo". Ahora bien, la metodología del libro, o sea su traducción práctica en rutinas concretas que promueve también el pastor, es difícil de aplicar:

hubo un tiempo acá [en Rey de Reyes] en el que yo iba como siempre, me sentaba... el pastor tremendo, ahí, orando, y yo estaba ahí reduro. Hasta que un día el pastor estaba predicando una prédica que decía: si usted quiere conocer a Dios, vaya y ore. Enciérrase en su cuarto y diga: ¿Dios, existis? Quiero conocerte. Vaya, lea la Biblia. Y, bueno, ahí fue el principio, donde me agarraron ganas de orar por lo menos. Iba a mi pieza, me encerraba así en la pieza, me costaba arrodillarme... una eternidad. En cinco minutos decía todo lo que tenía que decir... y me costaba un montón. Cinco minutos oraba, leía la Biblia... tres versículos y me iba. Domingo, lunes y martes me duraba la emoción de leer la Biblia, después ya me olvidaba y estaba en cualquiera de vuelta.

La pedagogía de la experiencia y su continuidad en el tiempo depende de una mayor socialización en los consumos culturales que lo rodean. Por ejemplo, después de Benny Hinn, Nicolás compra otros libros iniciales, pero

del pastor Freidzon (*Espiritu santo, tengo hambre de ti y Rendido totalmente*); reemplaza en su MP3 a Daddy Yankee por Rescate, Kiosko, Redimi 2 y Marcos Witt; aligera sus momentos de oración personal a través de las canciones de Hillsong (“porque a veces vos no sabes qué decir y pones la música y capaz que la música dice algo y vosoras y oras y pasa más rápido, se hace más llevadero que sin sonido, sin nada”), consulta en YouTube las prédicas de Cash Luna o las charlas de Kathryn Kuhlman, sigue en twitter a Bernardo Stamateas y cuenta a Osvaldo Carnival entre sus amigos de Facebook. El sistema de signos de las mercancías religiosas acompaña cada etapa, cada traspie en el proceso de aprendizaje, no sólo en relación con la vivencia propia, sino también ante la posibilidad de transmitirla a otros. Durante sus primeros intentos de evangelización en la Facultad de Ingeniería se encuentra con que las respuestas de los compañeros, muchas de ellas, lo “desevangelizan” (“lo de los cristianos, me decían, es pura emoción, está todo en tu mente. Y yo era nuevo... y yo sin saber... tiró toda mi fe abajo y a su vez me sentía mal porque dudaba de Dios”). También en esta oportunidad acuden en su ayuda los libros de Scataclini y Reinhard Bunnke para significar los cuestionamientos propios y ajenos, así como también los *best sellers* de Myles Munroe se transforman en su referencia de autoridad cuando la etapa de la evangelización concluye y se inicia de a poco en el ejercicio del liderazgo.

En el trabajo religioso sobre la dificultad y el error reaparecen las tres dimensiones de los itinerarios de consumo: (a) los contextos rituales de los objetos se encuentran circunscriptos al proyecto institucional de la megaiglesia y sus interacciones fuertes: “conocer realmente a Dios”, “difundir la Palabra”, “levantarse como líder”. Estos mandatos, que hacen la socialización secundaria en el neopentecostalismo, circulan tanto en los espacios que recorre cotidianamente como en los grandes actos de difusión. En ambos circuitos la cultura material ofrece recursos simbólicos para sobrellevar el malestar en el aprendizaje de la vida religiosa; (b) los productos dominantes son los libros, las historias de vida, porque son los que mejor describen, bajo el género discursivo del testimonio, los problemas con los que se enfrenta el cristiano en distintas áreas. La música también ocupa un lugar clave en la medida en que “ablanda el corazón”, sensibiliza y vuelve más dinámicas las oraciones cotidianas. La variedad de sus preferencias se completa con la radio Gospel, las redes sociales, YouTube y los programas de Enlace; (c) por último, el sentimiento rector que motoriza sus consumos aparece gobernado mayoritariamente por los obstáculos que le plantean los preceptos institucionales en sus distintas etapas de socialización. Al mismo tiempo, la posibilidad efectiva de superarlos para identificarse con el régimen emocional de la megaiglesia encuentra en las mediaciones de los

objetos culturales un acervo práctico de símbolos para la gestión del drama social de las creencias y sus vacilaciones.

## Conclusiones

En analogía con el modo en que Marx (2000, p. 3) describe la riqueza en las sociedades capitalistas, la cultura material del neopentecostalismo se presenta al observador distante —probablemente socializado en un mundo de ideas y cosas católicas— bajo el signo del extrañamiento; es decir, su sistema de productos emerge como un “inmenso arsenal de mercancías”, de objetos externos, en su mayoría importados, que responden, con especial eficacia y profesionalización, a las necesidades no tanto del “estómago”, retomando los términos del autor, sino de la “fantasía”.

Ahora bien, al comprenderlos en la variedad de sus usos y combinaciones, los materiales que rigen el consumo religioso pierden en parte esa condición extraña que imprime el punto de vista de la producción, sobre todo en sus versiones más objetivistas. A medida que se adquiere cierta familiaridad con los contextos rituales, con los bienes y las emociones involucradas, el conjunto de las mercancías adopta otras características: puede entenderse, a la manera de Thorstein Veblen, Jean Baudrillard o Mary Douglas, como un lenguaje secundario en el que se intercambian, producen y manipulan significados sociales. En este sentido, el análisis de la cultura material evangélica, entendida en toda su complejidad política como una fuerza emergente (Williams, 2000, p. 145) —a veces contestataria y otras funcional para los procesos hegemónicos del catolicismo—, permite reconstruir el modo en que personas e instituciones que no habitan el primer plano de la vida pública configuran un espacio propio de creencias.

Como se vio, los itinerarios de consumo y su familia de objetos describen elecciones espirituales en las que se definen distintas tácticas de apropiación del proyecto institucional de la megaiglesia: se encuentran (*a*) aquellas que apuntan a la fidelidad total con los modelos de orden que vehiculizan la música y la literatura cristianas; (*b*) las que intentan, por el contrario, reformular, e incluso producir lúdicamente nuevas síntesis con base en ofertas disímiles; (*c*) también surgen circulaciones itinerantes, pero a su vez localizadas en los circuitos restringidos de los grandes templos; y (*d*) por último, se destacan las identificaciones selectivas de aquellos que hacen, por ejemplo, de los problemas de la socialización religiosa el motor de sus preferencias.

Cada una de estas tácticas comparte dos elementos distintivos. Para empezar, en todas ellas las condiciones de posibilidad del consumo no de-

penden de la elección desregulada, sino del proceso de ajuste entre las disposiciones adquiridas generacionalmente y su compatibilización con un nuevo medio institucional. Este último recrea un contexto de sociabilidades y de objetos hechos a la medida de una experiencia de tránsito y readaptación. El segundo elemento remite al papel de las emociones que se desprenden del culto y la personificación del Espíritu Santo como vivencia definitiva del neopentecostalismo. Es ella la que califica y jerarquiza a los miembros de la comunidad. La música y la literatura son mediadores legítimos en la generación de sentimientos que sirven de criterios de verdad de lo sagrado. Las megaiglesias representan uno de los proyectos institucionales que mejor interpretan —al menos para una generación de jóvenes— la necesidad de actualizar los símbolos disponibles para producir un cambio que suponga, a su vez, una continuidad respecto a las formas del creer recibidas.

Por eso, la relación social que describen los itinerarios se orienta hacia la participación negociada dentro de un espacio que les permite reformular las estructuras que lo rodean, hacerlas suyas e involucrarse en un proyecto colectivo que se presenta como la vanguardia del movimiento evangélico. Situarse allí, en medio de su cultura material, apropiarse de sus signos, es una manera de construir la imagen política de una espiritualidad activa que, lejos de resignarse a justificar su posición en la estructura social y hacer un elogio de ella, tiende a identificarse, al menos aspiracionalmente, con el imaginario, las funciones y el estilo de vida de los sectores más favorecidos de la sociedad.

## Bibliografía

- Algranti, J. (2016). Modelos de orden, modelos de juego. Notas para una sociología del gusto religioso. *Estudos de Religião*, 30(3), 145-164.
- Benzecry, C. (2012). *El fanático de la ópera*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Bowler, K. (2013). *Blessed: a history of the American prosperity gospel*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- De la Torre, R. (2012). *Religiosidades nómadas*. México, D. F., México: Publicaciones de la Casa Chata.
- De la Torre, R. & Gutiérrez Zúñiga, C. (2005). La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas. *Desacatos*, 18, 53-70.
- De Nora, T. (2012). La música en acción: constitución del género en la escena concertista de Viena, 1790-1810. En C. Benzecry (Comp.), *Hacia una nueva sociología cultural* (pp. 187-213). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Esquivel, J. (2010). Creencias y actitudes religiosas en sectores empobrecidos de Argentina: individuación y des-institucionalización en los umbrales del siglo xxi. *Sociedad y Religión*, 22(32/33), 60-80.

- Frigerio, A. (2012). Pasajes y conversiones: una mirada sobre el tránsito religioso, entre Argentina y Brasil. En M. Renold (Ed.), *Miradas antropológicas sobre la vida religiosa III* (pp. 145-169). Buenos Aires, Argentina: CICCUS.
- Frigerio, A. (2013). Reflexiones de los autores sobre el Dossier. *Corpus*, 3(2), 7-11.
- Harrison, M. (2005). *Righteous riches: the Word of faith movement in contemporary African American religion*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Hennion, A. (2012). Melómanos: el gusto como *performance*. En C. Benzecry (Comp.), *Hacia una nueva sociología cultural* (pp. 213-249). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Hervieu-Léger, D. (2004). *El peregrino y el convertido*. México, D. F., México: Instituto Cultural Helénico.
- Hinn, B. (2011). *Buenos días, Espíritu Santo*. Nashville, TN: Caribe.
- James, J. (2015). *A moving faith. Mega churches go south*. Nueva Delhi, India: Sage.
- Jungblut, A. (2007). A salvação pelo rock: sobre a “cena underground” dos jovens evangélicos no Brasil. *Religião e Sociedade*, 27(2), 144-162.
- Jungblut, A. (2010). O uso religioso da Internet no Brasil. *Plura*, 1(1), 202-212.
- Lago, L. (2016). El cuerpo como territorio de creencias. Un análisis sobre la relación entre corporalidad juvenil y música cristiana evangélica. *Question*, 1(52), 42-56.
- Mardones, J. M. (1996). De la secularización a la desinstitucionalización religiosa. *Política y Sociedad*, 22, 123-135.
- Marx, K. (2000). *El capital*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Michel, P. (2009). La “religión” ¿un objeto sociológico pertinente? *Estudios Sociológicos*, XXVII(80), 655-669.
- Miller, D. (2007). Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*, 13(28), 33-63.
- Mosqueira, M. (2014). *Santa rebeldía: construcciones de juventud en comunidades pentecostales del área metropolitana de Buenos Aires*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires, tesis de doctorado.
- Semán, P. (2013). Reflexiones de los autores sobre el Dossier. *Corpus*, 3(2), 17-20.
- Semán, P. (2014). Industrias culturales y religión en las institucionalizaciones emergentes del creer. En P. Oro Ari & M. Tadvald (Orgs.), *Circuitos religiosos: pluralidade e interculturalidade* (pp. 279-308). Porto Alegre, Brasil: Cirkula.
- Semán, P. (2016). Música, juventud, hegemonía: salidas de la adolescencia. *Estudios Sociológicos*, XXXIV(100), 3-40.
- Semán, P. & Battaglia, A. (2012). De la industria cultural a la religión. Nuevas formas y caminos para el sacerdocio. *Civitas*, 12(3), 439-452.
- Tilly, C. (2010). *Confianza y gobierno*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Williams, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona, España: Península.
- Yip, J. (2015). Marketing the sacred. The case of Hillsong Church, Australia. En J. D. James (Ed.), *A moving faith: mega churches go south* (pp. 106-127). Nueva Delhi, India: Sage.

Recibido: 11 de octubre de 2016

Aprobado: 19 de junio de 2017

**Acerca del autor**

Joaquín Algranti es doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA-FCS) y la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales de París, Francia (EHESS). Es profesor titular del seminario de Sociología de la Religión de la Universidad del Salvador y jefe de Trabajos Prácticos en la materia Historia del Conocimiento Sociológico II en la carrera de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Es investigador adjunto del CONICET, dentro del área de Sociedad, Cultura y Religión del CEIL. Su tema de investigación es el estudio comparado de las adhesiones religiosas a través del análisis del consumo, las terapias y dinámicas institucionales que participan en los procesos de formación de grupos evangélicos y católicos en Buenos Aires, Argentina. Entre sus publicaciones recientes están “Modelos de orden, modelos de juego. Notas para una sociología del gusto religioso”, *Estudos de Religião*, vol. 30, núm. 3, 2016, pp. 145-164; y “Consumos rituales. Usos y alcances de las mercancías religiosas en el santuario de San Expedito”, *Andamios*, vol. 13, 2016, pp. 331-356.