



Desacatos

ISSN: 1607-050X

desacato@ciesas.edu.mx

Centro de Investigaciones y Estudios
Superiores en Antropología Social
México

Mardones, José María

Religión y mercado en el contexto de transformación de la religión

Desacatos, núm. 18, mayo-agosto, 2005, pp. 103-110

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13901807>

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

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

COMENTARIO

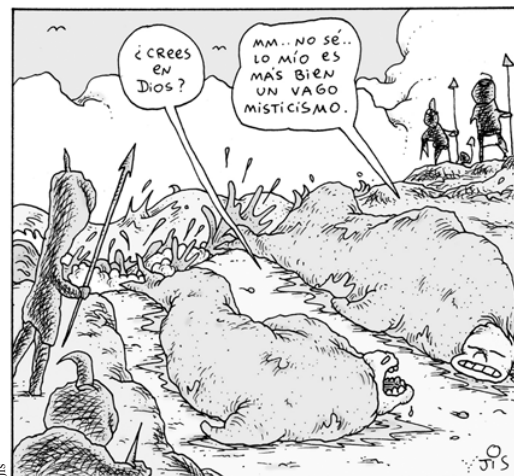
Religión y mercado en el contexto de transformación de la religión

José María Mardones

Son muchas las voces y los indicadores que apuntan hacia una fuerte transformación de la religión. ¿Estaremos ante un nuevo “tiempo eje”? Es la pregunta que lanzan los que se atreven a mirar hacia delante desde la sensibilidad religiosa de nuestro momento.

En medio de esta reconfiguración de lo sagrado y de la religión, aparece una serie de fenómenos que vinculan la religión con el mundo económico, concretamente con el mercado. A primera vista no es extraño: en la época de la denominada globalización económica y, aún más, del predominio de lo económico sobre lo político y sobre cualquier otra institución social, esta centralidad de lo económico señala por dónde pasan las relaciones fundamentales de la sociedad. La religión no escapa a estos condicionamientos sociales. Es mérito y tarea de la sociología de la religión, justamente, ponerlo de relieve y hasta advertir el modo como se dan estas relaciones.

Es, por tanto, muy pertinente plantear la cuestión de las relaciones entre religión y mercado. Nos puede proporcionar una perspectiva de lo que sucede en el mundo religioso y hasta por dónde apuntan algunos de los factores de la transformación de la religión. Y, como indicaría



un talante durkheimiano, por dónde discurren algunas de las vicisitudes sociales con sus vaivenes, vueltas y revueltas. La religión es un lugar muy apto para detectar lo que sucede en la sociedad.

Quisiera, al hilo de las contribuciones de este número, apoyarme en ellas para subrayar, una vez más, algunos as-

pectos y para, desde una mirada más europea, plantear algunas de las inquietudes que surgen ante esta relación de la religión con el mercado en un contexto que advertimos como de reconfiguración o transformación de la religión.

Cuatro son los grandes temas que atraviesan este número y desde el que se observa y analizan las relaciones entre religión y mercado: 1) el fenómeno pentecostal, o mejor, neopentecostal; 2) el de la *New Age* o nebulosa místico-esotérica; 3) el de la santería; 4) el de la sacralización de las mercancías y del mercado.

Vamos a comentarlos brevemente desde la preocupación confesada por saber hacia dónde camina la transformación de lo religioso.

EL FENÓMENO DEL NEOPENTECOSTALISMO

Aparece como uno de los fenómenos religiosos más interesantes del momento. No en vano es considerado como el movimiento religioso más enérgico y dinámico que recorrió el siglo XX. Ha pasado en un siglo, desde su nacimiento, a tener al menos 300 millones de seguidores en todo el planeta. Plantearse la reconfiguración del cristianismo y de la misma religión al comienzo del siglo XXI y no atender al fenómeno pentecostal y neopentecostal parece un dislate.¹ Además muestra una particular resonancia a las relaciones con lo económico y el mercado, como ponen de manifiesto las colaboraciones de este número, especialmente las de Pablo Semán y Deis Siqueira.

Quisiera resaltar no sólo que la Teología de la Prosperidad es un discurso que atraviesa el campo evangélico, sino que es una palabra comodín o paraguas que sintetiza una sensibilidad y hasta un modo de creer. Pablo Semán nos conduce, convincentemente, a captar la formación de una serie de actitudes de los creyentes pentecostales respecto a su actuación en el mundo. Esta nueva percepción proporciona una actitud activa, creativa, al mismo tiempo que confiada en la propia actuación que será bendecida por Dios, es decir, tendrá éxito. Esta actitud re-

fuerza la personalidad individual y el modo de haberse las con una realidad socioeconómica cambiante y difícil. En el mundo de la globalización del capitalismo neoliberal, con su tremenda exclusión social es, sin duda, uno de los modos de inserción social. Este creyente es apto para un mercado desregulado que exige adaptación, flexibilidad, espíritu de riesgo y hasta tendencias consumistas. Sin duda, respecto a la actitud o moral tradicional de espíritus disciplinados y austeros, esta nueva actitud representa una destradicionalización.

Deis Siqueira proporciona unos datos complementarios desde Brasil muy importantes: la estructuración empresarial del neopentecostalismo y el uso agresivo de los medios de comunicación de masas, así como su presencia creciente en la política. La vinculación transnacional hace del neopentecostalismo un fenómeno global y su trabajo sobre la subjetividad, los espacios turísticos, así como la búsqueda de inclusión social de los excluidos, un modo de modernización e integración social.

Cabe dar un paso más y lanzar la atrevida hipótesis —que ronda por estos trabajos sin perfilarse claramente— de si, a través de esta mediación pentecostal, o más en general de la Teología de la Prosperidad, no asistimos a una verdadera *revolución silenciosa*. El estudioso británico David Martin² ha lanzado una tesis neweberiana que ve en el pentecostalismo el tipo de religión que favorece la creación de un *nuevo ethos moral* afin con la fase neoliberal del capitalismo. Los trabajos aquí presentados apuntan en esa dirección. Estaríamos ante la creación de virtudes de adaptación, movilidad, autocontrol del proceso de trabajo, iniciativa, creatividad, capacidad de riesgo y de comunicación, etc., que estarían forjando la ética adecuada al espíritu del capitalismo globalizado, desregulado y neoliberal.

El neopentecostalismo estaría ayudando a crear la “nueva cultura” que, al menos en Latinoamérica y presumiblemente en África, aportaría una transición no traumática desde la premodernidad originaria de mucha gente a la era posindustrial.

¹ Cfr. A. E. McGrath, *The Future of Christianity*, Blackwell, Oxford, 2002, pp. 28 ss.

² Cfr. David Martin, *Pentecostalism: The World Their Parish*, Blackwell, Oxford, 2002, pp. 71 ss.

En sintonía con las presentadoras de este número monográfico, a la hora de mirar hacia el futuro de la religión y del cristianismo no podemos dejar de observar a un conglomerado cristiano que, con los evangélicos, algunos elevan hasta 700 millones de creyentes. El futuro del cristianismo pasa por aquí, sin duda. De la reestructuración de este cristianismo que aporta una innegable revolución religiosa expresiva depende, junto al gran peso católico, el otro polo cristiano, lo que será el cristianismo del siglo XXI. Este cristianismo de los pobres y no blancos, que moviliza la ayuda comunitaria y un espíritu de automotivación para salir de la miseria, hace de este movimiento una esperanza de futuro de muchos excluidos. Para otros espíritus críticos, sin embargo, señala también una ambigua adaptación al neoliberalismo. Representaría la inclusión de grandes masas en el mercado de consumo del capitalismo neoliberal. De todos modos, Max Weber³ estaría contento: su tesis sobre la función de la religión en la constitución racional de los motivos de rechazo (o aceptación) del mundo se vería corroborada.

Hay otro punto que, mirando hacia la reconfiguración en curso de la religión, ha quedado también más insinuado que desarrollado. Me refiero a lo que Deis Siqueira llama el trabajo o elaboración de la subjetividad, diferente de la mera subjetivización religiosa. Marcel Gauchet⁴ insiste, con razón, en este punto. Una de las aportaciones de la religión, especialmente tras ver el proceso histórico de la modernidad, es la reconfiguración de la subjetividad. Ninguno de los grandes cortes de la modernidad parece haberse dado sin un trabajo religioso previo de profundización. Parece necesario, al menos casi hasta nuestro presente, que la religión libere el imaginario y las ligaduras afectivas interiores para que se den otros pasos en el mundo o las esferas mundanas. Desde este punto de vista, la llamada revolución expresiva del pentecostalismo y neopentecostalismo con su énfasis sobre la sanación y lo ritual corporal, la música y el símbolo, sobre la subjetivi-

dad emocional del individuo, su autoestima, confianza a la hora del riesgo, una actitud religiosa más de elección y relación horizontal, estaría ahondando una individualización de la religión y de elaboración de la subjetividad. El futuro de la religión se trasladaría, como se viene afirmando, desde lo institucional, que se flexibiliza, hacia lo individual. La subjetividad del individuo es interpelada desde la inquietud existencial de un sentido ya no avalado socialmente.

El pentecostalismo ahonda las dimensiones expresivas y reconstruye una subjetividad en un tiempo en el que la singularidad individual se eleva hasta hacernos creer que somos los constructores de una biografía única en una sociedad que nos constriñe institucionalmente. Por otra parte, responde a la soledad en la que se encuentra el individuo, a la búsqueda de sentido último en unas sociedades de cultura plural y de relativismo cosmovisional.

Una última indicación que tampoco tiene mucho desarrollo en los autores: la homología estructural entre la empresa capitalista neoliberal, la multinacional, con su organización en red, diseminada, que descentraliza y crea la posibilidad de los poderes y énfasis locales, pluralismo competitivo, etc. (Manuel Castells), y que podría encontrar analogías con las dinámicas de internacionalización de los pentecostalismos. ¿Una asunción religiosa de la lógica de red empresarial de la revolución informática?

▶ 105



³ Nos estamos remitiendo al famoso *excursus*, "Teoría de los estadios y direcciones del rechazo religioso del mundo", en Max Weber, *Ensayos sobre sociología de la religión*, t. I, Taurus, Madrid, 1983, pp. 437-466.

⁴ Cfr. Marcel Gauchet, *La condition historique. Entretien avec F. Azouvi et S. Piron*, Stock, Paris, 2003.



LA SENSIBILIDAD RELIGIOSA NEW AGE

Nos encontramos con otra manifestación de la reconfiguración —algunos opinan que de la descomposición— religiosa de nuestros días. Tiene un tono difuso y sincrético, experiencial y psicoterapéutico, holista y pseudocientífico. Sin duda, el trabajo de la subjetivación camina por estos senderos religiosos emocionales e individualistas, de pequeños grupos afines muy poco institucionalizados, cambiantes y de tipo culto.

Según las aportaciones de este número, se sitúan en Latinoamérica, en las clases media y alta. Vendrían a reaccionar contra cierto hartazgo de la sociedad funcionalista y consumista. De ahí que Deis Siquiera hable de una cierta búsqueda de exclusión social respecto a esta sociedad y su mercado consumista. Sería una resistencia y reacción a la desecación del sentido del mundo de la vida (Jürgen Habermas), de la ruptura fundamental que recorre nuestra sociedad y cultura entre funcionalidad y fragmentación comunitaria y de sentido (Alain Touraine), a la indisponibilidad creciente que experimenta el ser humano en la sociedad del riesgo (Ulrich Beck). El trasfondo sociocultural vendría condicionado por esta situación de la modernidad tardía. La reacción más inmediata respondería a la desazón de estas clases bienestantes económicamente y que no encuentran satisfacción interior en las propuestas religiosas institucionales.

Desde este punto de vista pudiera tener ingredientes reactivos, defensivos y poco creativos. George Steiner⁵ advierte una caída de tensión y elevación racional en las propuestas de la Nueva Era. Asistiríamos a una búsqueda de compensación ante la pobreza espiritual epidémica que aflige a nuestro tiempo. En la misma línea que Harold Bloom, lamenta la trivialización con la que se presenta esta neo-gnosis en comparación con la gran tradición teológica.

Me temo que seguiremos discutiendo si esta tendencia religiosa representa una forma de consumismo religioso al uso del mercado del momento, una mercantilización más de la religión, vehiculada por los medios masivos de comunicación y la cultura globalizada del *bestseller*, o es una reconfiguración religiosa que lleva la marca de la búsqueda de un contacto directo con la realidad, ahorrada tras la prisión institucional de las doctrinas y ritos acartonados. Quizá, incluso, sean verdad las dos cosas. Reconfiguración y descomposición pueden tener el mismo asiento religioso y caminar a menudo de la mano. Como ha visto y analizado muy bien Cristina Gutiérrez, se puede dar un paso más desde aquí hacia una sacralización de la empresa y el mercado y se puede también avanzar desde las psicosisíntesis y las ecoespiritualidades, enneagramas y la terapia del arte hacia una verdadera profundización espiritual.

De nuevo, mirando hacia el horizonte del futuro, tiene razón James W. Heisig⁶ cuando asegura que ni las espiritualidades centradas en sí mismas ni la intransigencia institucional hacen justicia al espíritu de nuestra época ni, añadiríamos, pueden ser la respuesta a la transformación religiosa que solicita. Se insinúan con todo, dos aspectos en esta McSpirituality (Eugene Kennedy). El primero: el trabajo de búsqueda y elaboración de una experiencia religiosa directa; aquí encontramos de nuevo la elaboración de la subjetividad religiosa de nuestro tiempo. El segundo: todo un indicador de reacción ante el descontento de la cultura de nuestro momento. Insisto brevemente en este punto, menos presente en los escritos aquí reunidos.

⁵ Cfr. George Steiner, *La nostalgia del absoluto*, Siruela, Madrid, 2001.

⁶ Cfr. J. W. Heisig, *Diálogos a una pulgada del suelo. Recuperar las creencias en una época interreligiosa*, Herder, Barcelona, 2005, p. 224.

Se trata de una reacción ante la experiencia de descontrol de la sociedad que estamos construyendo. Volvemos a hacer la experiencia de la finitud, la indisponibilidad y contingencia a la altura del siglo XXI. Todos los grandes dinamos de esta modernidad tardía —desde la ciencia hasta la política, desde las vacas locas hasta el 11-S— nos muestran la fragilidad y riesgo de este mundo. Estamos ante un redescubrimiento de la contingencia, de forma distinta al de la Edad Media. Nos recorre el miedo y la inseguridad ante nuestras propias creaciones. Ya no podemos confiar ni en la ciencia ni en la técnica ni en nuestras propias fuerzas. Están dadas las condiciones socioculturales para volver hacia lo sagrado y la irracionalidad, hacia un dios que nos salve o la diosa fortuna, el destino o las piedras de cuarzo. La religión se vuelve hacia el interior ante el descontrol exterior. La búsqueda de seguridad se traduce en prácticas cuasi-mágicas. Vuelven las concepciones organicistas de la realidad y la búsqueda de sanaciones corporales y espirituales, como señala Miguel Hernández Madrid.

¿Se puede intuir algo más en esta reacción miedosa, además de los temores creados por la “sociedad del riesgo”? ¿Nos hallamos sólo ante una religión del consuelo, la compensación y la seguridad? ¿Estamos ante un fenómeno fácilmente traducible en mercancía y consumo de “la clase ociosa”, una nueva versión del “fetichismo de la mercancía”?

Quizá Zygmunt Bauman tenga razón cuando afirma que se puede rastrear una indicación crítica para la religión frente a la sociedad del consumo: crece un cierto cansancio ante la tensión de la elección de mercancías y las mil variaciones sobre lo mismo. ¿No sería la religión, es decir, la espiritualidad, la encargada de oponerse a la reducción antropológica que supone este predominio economicista y mercantil de nuestra sociedad? En este caso estaríamos ante tentativas de una propuesta de otro estilo de vida y de sentido reconstruido por la vía espiritual. Marcel Gauchet⁷ avista desde Francia esta posibilidad para la religión de mañana. La religión volvería a recuperar

su función crítica. La espiritualidad sería el vehículo de la recuperación de humanidad. Una sugerencia no desdeñable para la tradición cristiana y para la teología crítica.

LA SANTERÍA Y LA MERCANTILIZACIÓN DE LO SAGRADO

El artículo de Kali Argyriadis nos deja claro la distancia y prudencia con la que hay que enfrentarse a la ambigüedad del fenómeno religioso de la santería. No se puede reducir a una fácil presa del mercantilismo religioso, aunque lo ejerza y sea evidente en el actual contexto cubano. Y a pesar, incluso, de su uso como arma de deslegitimación mutua. Hay intercambio religioso y relaciones sociales, culturales, artísticas, de identidad, etc., en lo que exteriormente parece una mera explotación turística de un espectáculo religioso. Renée de la Torre y Cristina Gutiérrez señalan, con razón, que la explotación turística de lo religioso se puede apreciar en Notre Dame de París o en Toledo. Ni la santería ni el cristianismo, ni quizá ninguna religión, escapa a la comercialización de lo sagrado. Con agrado o por fuerza esto sucede en santuarios del Primer y del Tercer Mundo y, como sugiere Miguel Hernández Madrid, en Zamora, Michoacán, en el 2005 o en el siglo VI a.C. en la cuenca del Ganges.

La persistencia de la religiosidad popular, o incluso la religiosidad que ronda la llamada —desde la perspectiva cristiana y del pensamiento crítico ilustrado— superstición, esoterismo o rituales mágicos, es digna de consideración. Indica, por un lado, la estrechez de la franja crítico-ilustrada, por más prestigio que tenga en el mundo académico. Nos remite hacia la complejidad humana, allí donde se dan cita las situaciones límite (Karl Jaspers). En último término, nos remite hacia el mundo de la liberación del sufrimiento y de cualquier mal que aqueje al ser humano. Estamos en el centro del interés de las religiones. Señala, además, cuando se la comienza a considerar en serio, que difícilmente se sacude la religión, los espíritus de la tentación mágica y los temores que le rondan. Régis Debray ya advertía, no hace mucho, que los rituales esotéricos ocupaban las tardes-noches de algunos grandes investigadores de Palo Alto. La fuerte comercia-

⁷ Cfr. Marcel Gauchet, *Un Monde désenchanté?*, L'Atelier, París, 2004, pp. 18 ss.

lización que hoy se ejerce por “limpiezas” o rituales feng-shui, por ejemplo, mezcla la comercialización de lo religioso con el miedo a los poderes oscuros. En Cuba y en Florida. La disonancia y ruptura entre modernidad ilustrada y modernidad tecnocientífica parece que no recorre sólo a la gente del pueblo, a los integristas y fundamentalismos, sino que está clavada en el corazón de muchos contemporáneos.

Sería interesante volver a plantearse, una vez más, la cuestión de dónde radica esta fascinación de lo oscuro y demoniaco. La experiencia del mal parece demasiado fuerte para poder ser exorcizada con la sola razón crítica, por más necesario que sea. O ¿será que en el fondo de toda religiosidad hay una inextirpable raíz cósmica o monista? ¿Estaremos ante lo que Eric Voegelin denominó, en su inconclusa filosofía de la historia, la “matriz mítica” que percibe toda la realidad como un todo unificado; o recurriremos a las insistencias de Mircea Eliade⁸ acerca de la pugna insuperable —a pesar de ser de tradición bíblica— sobre la dimensión sagrada de lo cósmico ligada a sus ritmos fundamentales? Desde este punto de vista, la tremenda lucha del cristianismo contra la superstición (que advierte Charles Taylor) y la penetración del *logos* crítico, no ha sido suficiente frente al resurgir y al atractivo de la “matriz mítica”. Peter Berger⁹ advierte esta presencia “monista” en la *New Age* actual.

108 ◀

LA SACRALIZACIÓN DE LAS MERCANCÍAS Y DEL MERCADO

La situación mercantil o contexto de mercantilización de nuestro mundo ha sido puesto de relieve por muchos analistas críticos contemporáneos. Alain Touraine ha insis-

⁸ Cfr. Mircea Eliade, *La prueba del laberinto*, Cristiandad, Madrid, pp. 127 ss.

⁹ Cfr. Peter Berger, *Questions of Faith. A Skeptical Affirmation of Christianity*, Blackwell, Oxford, 2004, p. 23. Más allá, el excelente análisis de K. H. Ohlig, *La evolución de la conciencia religiosa. La religión en la historia de la humanidad*, Herder, Barcelona, 2004, donde defiende que permanentemente nos movemos entre el monismo y el monoteísmo, como las dos opciones fundamentales para una “solución” del problema del sentido humano.

tido repetidamente en la mercantilización de las relaciones sociales, no sólo de los objetos. Claus Offe en la penetración en profundidad de la “colonización del mundo de la vida” y su extensión imperialista a prácticamente todos los ámbitos de la realidad (Jürgen Habermas), incluido el mundo de lo simbólico. Dificilmente se podía escapar de este proceso la religión. Más bien, como muestran Renée de la Torre y Cristina Gutiérrez, está profundamente sometida a él. El mundo simbólico, concre-



tamente el religioso, es sometido desde sus prácticas, creencias, ritos, como ya hemos visto, a una gran mercantilización. El mercado ha penetrado en el mundo de lo sacro y reduce a mercancía el mundo religioso. Incluso el ámbito de la interpretación sociológica recurre al modelo del mercado no regulado, a una situación pluralista y de libre competencia (Peter Berger), para explicar lo que sucede en el mundo de lo religioso. El predominio de lo económico se traduce incluso en teoría interpretadora.

Más interesante me parece, como proponen nuestras autoras, fijarnos en la sacralización del dinero y del mismo mercado y del mundo de la empresa en general. También aquí están sucediendo llamativas homologías respecto a lo sagrado. La empresa se sacraliza: sus objetivos, su estilo, su “filosofía”, hasta su logotipo. Se solicita a sus

empleados fidelidad como si se tratara de una opción de vida. Hemos visto, sorprendidos, cómo los medios de comunicación nos transmitían un espectáculo insólito: masas de obreros en las nuevas fábricas chinas alineados cantando *slogans* con promesas de trabajo y calidad para sus clientes. Increíble. Sabemos —los asiáticos en esto parecen también marchar a la cabeza— de ejecutivos nipones con tatuajes del logotipo de su empresa y con dedicación exclusiva a su trabajo. Una nueva esclavitud del trabajo, dicen los espíritus críticos. Una forma de enmascamiento de la supeditación a la empresa envuelta en el aroma sacro. La ideología —en el sentido marxiano riguroso— sigue haciendo uso de la forma religiosa para lograr sus objetivos.

Cabría hacer también una breve consideración acerca del *continuum* que se puede detectar en este mismo número monográfico entre la Teología de la Prosperidad que señala una “destraditionalización” respecto a la búsqueda de éxito dentro de la mentalidad cristiana y la ya completa autonomización de la sacralización del dinero, como símbolo de autorrealización personal y hasta como estado de cosas o universo ordenado. Aquí también avistamos “a la Weber” un proceso de sacralización con una creciente autonomización. Al final, se sacraliza el dinero directamente, tal cual, sin necesidad de mediaciones religiosas. Él mismo es ya objeto sagrado.

No quisiera terminar este apartado sin señalar la que considero la mayor sacralización de nuestro tiempo: el fenómeno del consumismo. Podemos fácilmente ver una homología con lo sagrado muy llamativa. Ya ha sido insinuado por Zygmunt Bauman y otros, cómo el centro comercial es la “catedral” o santuario del “nuevo culto” al que llegan las masas de los “creyentes” a practicar su al menos semanal *shopping*. La “devoción” a determinadas “marcas”, encontrarse y disfrutar la familia juntos en su visión y delectación del mundo de las cosas maravillosamente reunidas ahí delante es un anticipo del paraíso. Un culto que, como sus analistas señalan, se finaliza en sí mismo. Cada vez más el consumo no es para “tener” o acumular, es para simplemente “consumir”. Para volver a comprar el nuevo modelo o este cachivache, para luego seguir y seguir en un proceso de consumo de sensaciones sin término. Estamos ante “la religión” más extendida de nuestro tiem-

po. Aquí ya las lógicas mercantiles y las lógicas de la creencia no se entrecruzan, se solapan sustitutivamente.

EL CONVIDADO DE PIEDRA

En los análisis religiosos aquí presentados hay un convidado de piedra. Me refiero a la religión católica. Tan mayoritaria en Latinoamérica y tan ausente en el análisis. La orientación del número así lo exigía. Sin embargo, apenas se puede entender casi nada de lo aquí expuesto sin ese trasfondo. Y es bueno que el lector lo tenga en cuenta. Ni en el caso de los pentecostales y neopentecostales —donde se hace una referencia al deseo de alcanzar estos grupos en Brasil un estatuto de reconocimiento semejante al católico— ni en el de la *New Age* se puede prescindir del “caso católico”. ¿Será sólo un elemento de contraste y el referente silencioso?

A la hora de mirar lo que ocurre en la religión y su futuro no podemos prescindir de volver a este trasfondo o contexto donde ocurren estos complejos fenómenos, a menudo como síntomas de reacción ante una frustración o un rechazo. Un hecho sociológico digno de consideración.

Queda de fondo, quizá como realidad latinoamericana de recomposición de lo religioso,¹⁰ un pluralismo religioso que se manifiesta con una lógica de mercado como concurrencia religiosa y lucha contra el monopolio católico.

LA GLOBALIZACIÓN NEOLIBERAL

A un siglo exactamente del tratado sociológico de la religión más famoso —*La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, de Max Weber— nos podemos preguntar, en el contexto de este número, acerca del significado de esta mercantilización de la religión y de la sacralización del mercado que hemos detectado. ¿Significa que estamos

¹⁰ Cfr. Jean Pierre Bastian, “Introducción”, en Jean Pierre Bastian (coord.), *La modernidad religiosa: Europa latina y América Latina en perspectiva comparada*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004, pp. 12, 160 ss.

ya en una modernidad tardía donde el poder de la economía crea fetiches e ideologías nebulosas de consuelo y compensación para seguir manteniendo su predominio? ¿Tendrá más razón hoy Marx que Weber?

Pero, ¿no es verdad que la racionalidad capitalista, basada en el formalismo y la ciencia, se ha globalizado y es ahora la “jaula de hierro” donde nos encontramos todos? ¿No somos ya “especialistas sin espíritu, hedonistas sin corazón”? ¿No detectamos todavía la influencia de la religión (neopentecostalismo) en la constitución de un *ethos* adecuado a la globalización neoliberal, así como rasgos de resistencia a la mercantilización por la vía de la espiritualidad?

De nuevo, debemos señalar lo que es más claro y evidente: una situación globalizada donde funciona una economía religiosa desregulada. Los bienes o capital simbólicos circulan libremente; fácilmente se da la mezcla, hibridación o sincretismo muy perceptible en la sensibilidad de la “Nueva Era”; la latinización del movimiento pentecostal —incluso su “exportación” neopentecostal a Portugal y España— muestra la difusión de redes de escala internacional (anteriormente sucedió de un modo más intelectual con la Teología de la Liberación).

SECULARIZACIÓN Y POS-SECULARIZACIÓN

El evangelismo protestante, la revitalización del hinduismo entre las clases medias de la India, el neoconfucianismo en China, además del movimiento Falung Gong, la ortodoxia oriental en Rusia y otros países excomunistas, además de la militancia islamista o la *New Age*, indican que la religión está viva. En contra, se avista la excepción europea¹¹ y la de países de su afinidad. Si miramos desde Europa parece que crece la indiferencia religiosa, aunque no dejen de hacer aparición fenómenos de búsqueda espiritual; si miramos desde Estados Unidos, difícilmente se puede hablar de secularización y pérdida de la pasión religiosa. Incluso asistimos, tras el 11-S, a una revitalización del mesianismo estadounidense.

¹¹ Así la califica Peter Berger (ed.), *The Desecularization of the World. Resurgent Religion and World Politics*, Eerdmans, Grand Rapids, 1999.

Los datos presentados aquí nos hablan de una situación compleja de mezcla e hibridación entre secularización y pos-secularización característica de “la sociedad copulativa” de la modernidad tardía (Ulrich Beck) y de la peculiar modernidad latinoamericana. El caso del neopentecostalismo es paradigmático: por una parte, significa una integración en la modernidad neoliberal; y, por otra, reencanta el mundo, religiosiza la vida y proporciona una revitalización de un imaginario religioso tradicional. Como ha señalado Olivier Tschannen¹² en su balance sobre un coloquio acerca de la religiosidad en América Latina y Europa latina, el neopentecostalismo ofrece afinidades con la situación del capitalismo neoliberal y la modernidad, y con el mundo religioso tradicional donde dominan las intervenciones de los espíritus y lo mágico-maravilloso. Imagino que nuestros autores que tratan el neopentecostalismo tendrán materia para discutir algunas afirmaciones bastante categóricas de Jean Pierre Bastian, pero además tienen cuestionamientos para repensarlas.

La religiosidad de la Nueva Era también ofrece la ambigüedad de una resistencia a la aridez espiritual de un mundo funcionalizado y consumista, así como utiliza la religión de forma a menudo descaradamente pragmática y consumista.

Mientras tanto, la globalización tecnoeconómica no se detiene y sus prácticas sociales incluso se sacralizan. ¿Se ha detenido la secularización y su racionalización, mundanización y diferenciación? Parece que no, pero tampoco se ha liquidado el reencantamiento del mundo ni la pervivencia de lo tradicional ni de lo mágico. Tendremos que abandonar los paradigmas lineales y hablar de una dialéctica secularización-pos-secularización, creencia-increencia, desencantamiento-reencantamiento, como más cercana a la realidad y con los matices y formas de cada situación histórico-social.

¹² Cfr. Olivier Tschannen, “La revalorización de la teoría de la secularización mediante la perspectiva comparada Europa latina-América Latina”, en Jean Pierre Bastian (coord.), *La modernidad religiosa. Europa latina y América Latina en perspectiva comparada*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004, pp. 353-367, 359-360. Son muy sugerentes las variaciones que el autor introduce en la teoría o paradigma de la secularización para mantener todavía su validez.