



Comentario bibliográfico

Algranti, Joaquín (ed.): *La industria del creer. Sociología de las mercancías religiosas*, Buenos Aires, Biblos, 2013.

María Agustina Battaglia

*IDAES – Universidad Nacional de San Martín / GIEPRA
magustinabattaglia@gmail.com*

*Fecha de recepción: 16/04/2014
Fecha de aprobación: 20/11/2014*

Habitar los espacios en diferentes escenarios, de esto se trata *La industria del creer*. Con una dinámica de trabajo sólida y productiva que da cuenta de una serie de discusiones subyacentes a lo largo de los trabajos, los autores aplican categorías compartidas desde un mismo marco conceptual en diferentes coyunturas. El hilo conductor: las industrias culturales y su injerencia en las creencias. Dirigido por Joaquín Algranti y prologado por Pablo Semán, el libro permite acercarse a las nuevas producciones en el ámbito del campo religioso de la mano de once investigadores que analizan, entre otras cuestiones, la forma en que economía y religión conviven. Estas dimensiones muchas veces son nombradas desde un sentido común que critica y juzga al agente productor. El presente trabajo plantea una visión superadora.

Resulta sumamente interesante el interrogante inicial: ¿qué significa “creer”? (p. 38). La respuesta propone una definición relacional y espacial.

Creer es convalidar la visión de la realidad de un grupo desde una posición específica. Esta posición se construye en el punto de encuentro entre los espacios o maneras de habitar que propone, y en el mismo acto que legitima, esa sociedad de personas y el modo en que los individuos se apropian, recrean y erigen zonas muchas veces *sui generis* de pertenencia, negociando los lugares y por lo tanto los sentidos pautados por la organización (p. 40).

Creer es habitar, encontrarse, situarse respecto de un entramado de relaciones —dice Algranti—. Semán agrega, retomando a Veyne: “Los programas de verdad que fundan la creencia son parte de un humus histórico que debe ser analizado en cada caso para remitir a ese campo de probabilidades la experiencia constitutivamente plural y contradictoria de la creencia (...) es un dispositivo abierto que se renueva constantemente” (p. 19). Con esto nos advierte sobre la pluralidad de las creencias. No hay una sola manera de creer. Y, retomando a De Certeau, agrega: “así, el creer implica creyentes e instituciones y, sobre todo, tradiciones que se invocan porque habitan una historia que es el camino de cruce de múltiples trayectorias subjetivas, múltiples tradiciones y múltiples creencias” (p. 20).

La cuestión espacial y territorial es recuperada a lo largo de muchos de los trabajos. Cada caso retoma el análisis respecto del lugar desde el cual se habita el campo religioso argentino, desde múltiples expresiones posibles —ubicando al centro como un espacio siempre en construcción—. A lo largo del libro, se demuestra la manera en que se construye una realidad específica —la creencia— desde diversos agentes que habitan las industrias de lo sagrado. El énfasis está puesto en los productores —empresas editoriales de diferentes organizaciones religiosas—. Luego, el trabajo da un giro que incluye la dimensión artística. Ésta, en algunos artículos, llega a ser un espacio de resistencia. Finalmente, se propone a la Iglesia Católica como productora de expertos bioeticistas. Cada coyuntura ofrecerá una posibilidad de encuentro, así como también cada trabajo dará cuenta de la capacidad de agencia de los actores, del desarrollo de estrategias que estos despliegan, ya sea enfrentando las tensiones del propio campo religioso o demostrando la posibilidad de articulación de dimensiones —como la económica y la religiosa— que pueden parecer *a priori* vectores diferentes.

El libro está dividido en dos partes. La primera está dedicada al estudio de editoriales de diferentes organizaciones religiosas (católicos, evangélicos, judíos y organizaciones con una marcada vertiente asociada a la *new age*). La segunda parte recopila trabajos que trascienden el circuito editorial pero que no dejan de ser expresiones de industrias culturales que fabrican mercancías religiosas (desde el ámbito de la música, la radio, la universidad).

El primer artículo, “Una forma de escribir el mundo: las editoriales religiosas” de Joaquín Algranti, caracteriza el espacio de producción editorial religioso (evangélico, judío, católico y alternativo). Su exposición comienza con una periodización de la historia económica de las editoriales argentinas, así como también de la de los circuitos religiosos que se proyectan al mundo del libro. Los inicios de las casas editoriales se dan como extensión de las cadenas de sociabilidad de sus comunidades locales o extranjeras (p. 74). Asimismo, el libro se desdobra en un polo de producción religioso congregacional y otro laico privado. Las editoriales son referenciadas por los actores como regidas por dos vectores: uno espiritual y otro comercial. “Los modos de imperialismo editorial pueden obedecer tanto a las exigencias del mercado y a la lógica del best seller como al control estricto de los contenidos religiosos por parte de instituciones extranjeras que monitorean la producción local” (p. 82)

Algranti distingue dos modelos productivos bien diferenciados: el de naturaleza religiosa —dirigido por especialistas religiosos— y el laico —vinculado al negocio familiar—. En el primero, los especialistas anteponen su vocación de servicio a la de librero, es un modelo extendido de congregaciones, asambleas o templos. Por su parte, el segundo modelo productivo está orientado a la obtención de ganancias y en la empresa familiar prima la “vocación librera” (p. 88). A continuación el autor explora las mercancías que complementan al objeto libro. Respecto de los bienes religiosamente marcados, plantea que los mismos tienen un valor asociado a la recreación de vivencias asociadas a lo sagrado.

Asimismo, Algranti describe los perfiles de consumidores creyentes. Resulta interesante la forma en que, desde un análisis de las industrias culturales y del carácter económico, lo “religioso” incluye lo “cultural”. Así, concluye:

Los miembros del equipo editorial producen un efecto de consagración donde se definen formas legítimas de narrar el mundo religioso (...). En esta arena de combate cultural, las editoriales evangélicas fabrican materiales que reclaman seriamente el monopolio de la idea de cambio religioso en tanto significativo estratégico de la espiritualidad protestante (p.112).

El segundo trabajo, “Identidad evangélica y cultura escrita: la editorial de los Hermanos libres en la Argentina” de Mariana Espinosa, analiza la importancia de la producción escrita en el mundo evangélico centrándose en el estudio de la Librería Editorial Cristiana de los Hermanos Libres. La autora estudia la forma en que la producción editorial se torna un elemento constitutivo de la identidad del grupo. En una primera parte del artículo, se desarrolla la formación institucional de la editorial. Elabora una periodización que va desde su nacimiento en 1890 hasta la actualidad. Luego, desarrolla el perfil morfológico y la figuración actual de la editorial, la cual presenta una fuerte presencia de los ancianos y de la tradición como noción constitutiva de identificación.

“La literatura aspira a mantener el lazo social en términos de una comunidad de pertenencia” (p. 129). La propuesta resulta interesante en la medida en que logra dar cuenta de cómo interactúan las nociones de identidad, tradición y bienes culturales en el estudio de minorías religiosas.

El tercer artículo, “El boom espiritual. Estrategias de diversificación y de utilidad en el campo de la espiritualidad alternativa: El Arte de Vivir y la editorial Deva’s” de Nahuel Carrone y María Eugenia Funes, ofrece una sistematización de cuestiones que están muy incorporadas a la cotidianidad y al sentido común de la sociedad argentina. Ofreciendo un estudio de caso que trae a la espiritualidad de la Nueva Era como protagonista, el trabajo logra ubicar la oferta espiritual en relación a la autonomía de los sujetos (una de las bases de la *new age*¹). Los autores proponen: “Ambas organizaciones vinculadas a la industria cultural de bienes espirituales persiguen un mismo fin: captar consumidores y posicionarse dentro de un mercado competitivo, pero lo intentan a partir de estructuras de organización y estrategias diferentes” (p. 136).

Plantean la existencia de tendencias como el hibridismo cultural y la mercantilización de bienes espirituales, que conllevan una pluralización del mercado religioso argentino y reconocen

1 Carozzi, María Julia: “Nova Era: A autonomia como religião”, en Carozzi, María Julia (org.): *A Nova Era no Mercosul*. Petrópolis, Vozes, 1999.

nuevas formas de relación con lo sagrado. El cuerpo del trabajo consiste en la caracterización de la editorial Deva's y la ONG El Arte de Vivir. Es interesante la forma en que se atiende al detalle, en el caso de la editorial, respecto del sistema de franquicias, la ubicación geográfica, la distribución interna, los rubros en que se ofrecen los productos, para demostrar que en Deva's se articulan la lógica comercial y la espiritual sin anclar dichos productos institucionalmente (ausencia de marcadores espirituales fuertes). De esta manera se promueve la idea de la propia experiencia a partir de una oferta heterogénea, "permitiendo así que cada sujeto seleccione y combine aquello que le aporta respuestas" (p. 145).

Por su parte, el Arte de Vivir no busca la formación de una religión sino un bienestar individual para lograr un objetivo universal —como la no-violencia— (elementos propios de la Nueva Era). Los autores concluyen el trabajo caracterizando brevemente el "campo espiritual alternativo" luego de una comparación entre las dos organizaciones en lo que refiere a la autonomía de los sujetos.

El cuarto artículo, "El libro hecho pueblo. La producción de libros religiosos en la editorial Kehot Lubavitch Sudamericana" de Bárbara Baredes y Leonel Tribisi, analiza los modos en que se articulan las lógicas religiosas y comerciales en la empresa editora del movimiento ortodoxo jasídico Jabad Lubavitch. El objetivo de los autores es dar cuenta de la forma en que se articulan los esquemas de percepción religiosos con la lógica pragmática propia de la economía mercantil. Los autores describen la editorial y sus determinaciones. Plantean que esta última apunta con su producción a influir en los esquemas de percepción —clasificación del consumidor—. Analizan de este modo la aplicación de las pautas religiosas en la producción y venta, así como también los modos de funcionamiento de la empresa que, plantean, tiene un objetivo final claro: evitar la asimilación que acelerará la llegada del Mesías. Concluyen el trabajo planteando: "La editorial es un lugar limítrofe en el interior de la comunidad y su periferia. En este diálogo producen materiales que corren las barreras entre el adentro y el afuera, entre lo religioso y lo secular" (p. 180).

El quinto trabajo, "Producción Mediática en el espacio evangélico argentino. Génesis y trayectoria del mensuario El Puente" de Marcos Carbonelli es un estudio de ese mensuario, que es una publicación con mucha fuerza dentro del campo evangélico. El autor se propone contribuir al

estudio del campo evangélico y los medios de comunicación. Para ello, trabaja sobre la génesis del mensuario (fundadores, objetivos iniciales de la empresa, funcionamiento, crisis), analiza la estructura interna del mismo y finalmente sistematiza los contenidos de las publicaciones. Finalmente, desarrolla la forma que fue adquiriendo respecto de sus objetivos primordiales a partir del análisis contextual histórico de crisis económicas. El autor demuestra a través de un recorrido histórico el papel que juega el mensuario (con sus alianzas o rupturas con las federaciones evangélicas) en la lucha política por una nueva ley de cultos.

El sexto artículo, “Identidades Desdobladas: Bernardo Stamateas como productor de bienes culturales” de Leandro Rocca, describe con fuentes estratégicas² el desarrollo histórico de la producción bibliográfica del autor/pastor evangélico. Propone la existencia de una identidad duplicada que se adapta situacionalmente. El trabajo comienza con un recorrido por la historia y un análisis de la morfología del Ministerio Presencia de Dios (del cual Stamateas es pastor). Luego, toma una serie de conceptos que utiliza para segmentar en tres etapas el perfil y la producción literaria del autor (circuito evangélico restringido, circuito evangélico ampliado y circuito secular ampliado). Concluye su trabajo planteando que las identidades que Rocca propone como separadas (la de psicólogo y la de pastor) actúan como un límite mutuo. Es interesante la recopilación de datos que hizo el autor, la cual implicó entrevistas a personas con puestos relevantes en el ministerio de Stamateas.

El séptimo trabajo, “Cristo Rock: una aproximación al mundo social del rock cristiano” de Mariela Mosqueira —que inaugura la segunda parte del libro—, se propone analizar los modos de organización de las tramas culturales en el campo del rock cristiano, poniendo de relieve al arte como fenómeno social. La autora reconstruyó la organización social del mundo del rock cristiano desde un abordaje de las convenciones estético-religiosas que informan la actividad musical y las redes de producción, distribución y consumo de los últimos 40 años. La autora ofrece una cartografía del rock cristiano distinguiendo el circuito *mainstream* y la escena *underground*.

2 El autor aclara en su trabajo: “se utilizaron como técnicas de recolección de datos (...) datos surgidos a partir de entrevistas semiestructuradas realizadas a informantes clave, como líderes de la congregación, empleados de su librería, ex miembros, editoriales que trabajaron con Stamateas (...)” (p. 203).

El octavo artículo, “Esto no es religión es un estilo de vida. Jóvenes y pentecostalismo en Comodoro Rivadavia” de Luciana Lago, demuestra que jóvenes pentecostales a través la música construyen nuevos modos de “ser” pentecostal. Dichos estilos alternativos no sólo confrontan con un “tipo ideal de cristiano” configurado históricamente, sino que dialogan con grupos juveniles urbanos no pentecostales. La autora estudia el evento “Rescate Cultural” del cual participa la banda Klandestino. Es muy interesante el abordaje etnográfico que da cuenta de los aspectos performativos acontecidos en el evento. En relación a este último, concluye:

Gracias a este evento pudimos ver cómo los jóvenes promueven la creación de espacios de sociabilidad capaces de integrar a fieles de distintas iglesias evangélicas. De esta forma, por fuera de los límites institucionales, los jóvenes eligen y circulan por espacios de experiencia religiosa desde los cuales configuran manifestaciones y formas de devociones propias (p. 275).

El noveno trabajo, “Radiofonía evangélica: producción cultural, mediaciones y religiosidad en frecuencia modulada” de Gloria Elena Miguel analiza los usos de iglesias pentecostales de los medios de comunicación en la ciudad de Santiago del Estero. Plantea que las iglesias se apropian de los dispositivos tecnológicos y los lenguajes de los medios y reconfiguran nuevos espacios de comunicación. Propone que la radio (emisora FM de una iglesia pentecostal) es un dispositivo de mediación con el contexto sociocultural: los programas contienen noticias de la agenda local, incluyen además como uno de sus ejes la producción musical evangélica, y la iglesia da a conocer sus actividades así como también las de otras congregaciones locales. La autora cierra su trabajo proponiendo que la radio, como espacio de difusión, es un ejemplo de la forma en que los medios de comunicación participan en la construcción de un espacio cultural evangélico así como también en la posibilidad de tender puentes de interrelación con un espacio predominantemente católico.

El décimo artículo, “El delicado sonido de la Cábala: la negociación del sentido en la proyección de un producto musical” de Damian Setton, explora las estrategias que desarrolla la banda Atzmus para habitar dos espacios: el del rock y el de la religión judía. Este proceso implica la articulación de tres dimensiones: la religiosa, la artística y la comercial.

“Cada dimensión supone una frontera más allá de la cual los actores perciben que han traicionado su esencia. Atzmus no puede concebirse como un proyecto que vaya más allá de la fronte-

ra de la falta religiosa, de la violación a una normativa” (p. 330). A lo largo del trabajo, el autor desarrolla la forma en que estos espacios sociales se interpenetran, estudia las estrategias de amalgamamiento y disociación que la banda debe afrontar en esta tensión permanente de sentidos en los que se mueve. Es interesante la forma en que el autor demuestra la capacidad de los actores de adaptarse a las diversas situaciones que los ubican en medio de disputas de sentidos.

El undécimo trabajo, “Ciencia y religión: los circuitos de producción de expertos en bioética personalista” de Gabriela Irrazabal, propone analizar las formas en que los expertos católicos en bioética intervienen públicamente —en la legislatura y en hospitales públicos—. El foco está puesto en las estructuras de formación de estos expertos, dirigidas por clérigos y teólogos de la Iglesia Católica. La industria cultural dirigida por esta última incluye la edición de libros y revistas y escuelas de formación. La autora analiza los cursos de posgrado de la Universidad Católica Argentina y de la Universidad Centro de Altos Estudios en Ciencias Exactas (CAECE). Concluye que la principal producción de dichas industrias culturales son los propios expertos bioeticistas.

Consideraciones Finales

Anunciado desde un primer momento, este trabajo no se propone dar cuenta de los usos y la recepción de objetos de las industrias culturales. En el prólogo, Pablo Semán hace un valioso aporte señalando el escándalo que en otros momentos surgía entre los estudiosos en relación a la circulación del dinero en las instituciones religiosas. Acuerdo en que deberíamos estar lejos de dicha escandalización. Los objetos producidos por las industrias culturales son parte constitutiva de la experiencia religiosa de los actores. Los trabajos aquí reunidos así lo demuestran. No existe una naturaleza antieconómica de las empresas religiosas. La “vocación librera” y la “profesionalización” se cruzan.

Nuestro interés, claro está, va por otro camino, ya que nos proponemos entender de qué manera ciertos agentes productores, algunos de ellos eclesiásticos y otros laicos, gestionan distintas estrategias a la hora de relacionarse con las formas económicas de su tiempo con el fin de fabricar mercancías religiosamente marcadas (p. 55).

Retomando lo planteado por Semán, resulta interesante el lugar que se les otorga a los productores en la construcción de la creencia. Los autores se proponen analizar las estrategias de producción y circulación de bienes simbólicos que ponen en juego las industrias culturales en el campo religioso, a partir del estudio de sus agentes de producción cultural —empresas editoriales, circuitos radiofónicos, productoras musicales, organizaciones espirituales, bandas, universidades—. El interés está puesto en los productores y sus industrias, en la cultura material —mercancías religiosas— fabricadas para un sector específico del mercado.

Resulta destacable la atención de los autores respecto de la capacidad de agencia de los actores. Los primeros logran desentrañar la manera en que los segundos habitan los diversos espacios religiosos dando cuenta en muchos casos de las formas de resistencia y adaptación. Se desarrolla el papel de las industrias culturales de nuestra sociedad, se indaga en las formas en que operan los proyectos editoriales y musicales en la conformación del llamado “campo religioso” y se exponen cuáles son los procesos de cambio que acontecen en el mismo. Los autores plantean nuevas prácticas de lo sagrado, incorporan al arte y la ciencia así como también proponen la emergencia de creencias que se alejan de la tradición cristiana y se acercan a la lógica propia de culturas terapéuticas alternativas que incorporan al orientalismo en sus prácticas y concepciones.

El planteo sumamente interesante iniciado alrededor de la pregunta por la creencia, abre el juego para seguir pensando en relación a las prácticas, a la circulación de estas materialidades estudiadas como mercancías religiosas, a los sentidos que inspiran y a las acciones que producen en los diferentes actores y contextos. También abre el juego para pensar estos procesos respecto de un fenómeno que es cultural; para pensar los objetos insertos en experiencias religioso-espirituales que combinan diferentes dimensiones trascendiendo lo económico y dialogando con lo cotidiano. En este sentido, sería interesante recuperar los objetos como dispositivos de acción, como recursos interpretativos que habilitan nuevas nociones de persona. Es decir, pensar los objetos en relación a las trayectorias y a las experiencias de vida para poder dar cuenta de la heterogeneidad de posibilidades en las que existen múltiples agentes intermedios —con los más diversos grados de agencia— que consumen, producen espiritualidad o que integran ambas acciones al mismo tiempo. Los sujetos se apropian y reconfiguran permanentemente los marcos establecidos de acción —como pueden ser el mercado, la producción o la recepción en tanto instancias separadas—.

Enmarcado en la discusión contemporánea sobre cultura y religión³, *La industria del creer. Sociología de las mercancías religiosas*, nos permite comenzar a desesencializar estos conceptos, en una coyuntura en la que se percibe un cuestionamiento en torno a qué es lo religioso.

Para concluir, retomo el planteo de Semán sobre el avance importantísimo que produce este libro al reconducir “lo religioso” a “lo cultural”:

La religión no es sólo cuestión de palabra, espíritu y misa y de simple cura de almas, sino también de sonoridad, bailes, dieta, terapia y modelos de bienestar que no son solo “espirituales” y que circulan a través de libros, recitales, conferencias... (p. 32).

3 En un reciente dossier de debate publicado en la revista *Corpus*, Semán revisa la idea de campo religioso planteando la necesidad de relacionar “lo religioso” y “lo cultural” aceptando las relativizaciones que corresponden a estos dos términos. Retomando a Bourdieu, señala que el campo religioso es dimensionado como un campo de disputa en el que se expresan y refuerzan nociones de persona y alteraciones de las que las religiones son un elemento coparticipante junto a doctrinas “alimentarias”, “psicológicas”, “clínicas”. En el mismo debate, Ludueña propone una deconstrucción epistemológica del discurso académico y de sus supuestos en torno al “autorizado” monopolio católico. Asimismo, Frigerio en su cuestionamiento a las categorías y presupuestos sobre la diversidad religiosa recupera la concepción de Sanchis acerca de una inexistencia de bordes precisos entre grupos religiosos, la prevalencia entre ellos de tránsitos y pasajes que permiten conciliar una identificación común y la pregunta por el carácter “religioso” del campo religioso. Por su parte, Ceriani reflexiona sobre las categorías de religión, monopolio católico y diversidad religiosa y nos acerca la noción de “pluralismo espiritual” para referir a una tendencia contemporánea. Véase “Debate: Del ‘monopolio católico’ al ‘pluralismo’: ¿qué lugar para la diversidad religiosa en Argentina? Métodos, datos y perspectivas antropológicas en cuestión”, *Corpus*, Vol 3, N° 2, 2013.