

TRES ESTUDIOS SOBRE LA INCLASIFICACIÓN RELIGIOSA.
EXPLORACIONES SOBRE LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO
DE CULTURA MATERIAL EVANGÉLICA
EN BUENOS AIRES, ARGENTINA

*THREE STUDIES ON RELIGIOUS UNCLASSIFICATION.
EXPLORATIONS ON THE PRODUCTION AND CONSUMPTION
OF EVANGELICAL MATERIAL CULTURE
IN BUENOS AIRES, ARGENTINA*

Joaquin Algranti¹

Resumen: El objetivo del artículo es explorar las estrategias de inclasificación relacionadas con la producción y el consumo de cultura material evangélica pentecostal en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. La inclasificación refiere a la acción de revisar las taxonomías de un grupo para establecer distancias y aproximaciones respecto a la misma, evitando la identificación plena con las etiquetas religiosas. Luego de una caracterización epistemológica del concepto de cultura material, el trabajo se divide en tres partes: (a) En la primera se analiza una película con fines evangelísticos; (b) La segunda, explora la producción de contenidos cómicos de un influencer cristiano. (c) Y la tercera, aborda un itinerario de consumo religioso que reivindica un estado permanente de liminalidad. Surgen inclasificaciones de distinto orden que recrean las zonas de frontera del pentecostalismo. La investigación se basa en el estudio cualitativo y cuantitativo de la oferta y las preferencias de

1 Licenciado en Sociología por la Universidad de Buenos Aires (UBA-FCS) y doctor en ciencias sociales por la misma universidad y la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de Francia (EHESS). Profesor titular del seminario de Sociología de la Religión de la Universidad del Salvador.

consumo de bienes religiosos en la Argentina, incorporando la sistematización de un corpus de documentos escritos y audio-visuales. *Palabras claves: Cultura material; Consumo Religioso; Pentecostalismo; Inclasificación; Argentina*

Abstract: The aim of the paper is to explore the unclassification strategies related to the production and consumption of Pentecostal material culture in the city of Buenos Aires, Argentina. Unclassification involves the practice of reviewing the taxonomies of a group to establish distances and approximations with their worldview, avoiding full identification with religious labels. After an epistemological characterization of material culture's concept, the article is divided into three parts: (a) In the first, a film with evangelistic purposes is analyzed; (b) The second explores the production of humorous content by a Christian influencer. (c) And the third tackle a religious consumption itinerary that affirm a permanent state of liminality. Unclassifications of different order arise. Each of them recreate the border areas of Pentecostalism. The research is based on the qualitative and quantitative study of the supply and consumption of religious cultural goods in Argentina, including the systematization of a corpus of written and audio-visual documents. Keywords: Material culture; Religious Consumption; Pentecostalism; Unclassification; Argentina

Introducción

“Yo no me siento evangelista —reconoce Sofía con vehemencia, también algo de humor—. No me voy a poner esa categoría porque boluda [tonta] no soy. [...] Y lo que sabía como que era muy despectivo, era como que nadie, no sé, de mi clase social de la gente con la que yo estaba [se reconocía con este credo]. Los evangelistas eran de los que te burlabas.” El valor del fragmento radica no tanto en la reflexividad de nuestra informante —una joven profesional del mundo académico— respecto a los prejuicios estigmatizantes que gravitan sobre algunas minorías religiosas, sino en el hecho de que a la hora de describir sus consumos espirituales ella opta abiertamente por la cultura escrita de impron-

ta pentecostal² a la que justifica, defiende, practica: sus esfuerzos inclasificatorio, es decir, el rechazo a la categoría social de “evangelista” (una identidad pública sujeta a la mofa de su entorno) convive con la aplicación diestra de las tecnologías cristianas del yo, como leer la Biblia asiduamente, además de textos de comentaristas y llevar un diario personal a sus rutinas cotidianas. Es posible reconocer, en analogía con los trabajos de Damián Setton (2017), que ella habita de modo alerta, sin grandes contradicciones, la periferia de una “pentecostalidad” que reivindica en sus objetos, pero no la define socialmente.

Ahora bien, ¿qué significa en principio inclasificarse? Supone, en términos preliminares, el trabajo en alguna medida reflexivo, crítico, a veces colectivo de revisar las taxonomías y representaciones sociales de un grupo para establecer distancias y aproximaciones ante una definición específica de lo real y las ficciones que lo sostienen. Es una forma de clasificarse a uno mismo y a los demás, pero de otro modo, jerarquizando las propias interpretaciones y afirmando la liminalidad -las zonas de frontera y marginalidad estructural- que habilita un sistema simbólico (Turner, 1988). Este impulso descategorizante y cuestionador de los órdenes del lenguaje, que recorre distintos dominios de la cultura contemporánea desde el arte, la política y la ciencia hasta la sexualidad, tiene su correlato particular en la vida religiosa (Algranti y Setton, 2021; Suárez, Bajoit y Zubilaga, 2013).

El objetivo del artículo consiste en explorar de manera analítica distintas formas de inclasificación que acontecen a partir de la producción y el consumo de cultura material evangélica en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Con base al estudio empírico de las materialidades, esto es, el sistema de objetos con marcas espirituales de distinto tipo y las relaciones sociales, también los significados, que sintetizan vamos a reconocer tres formas recurrentes de inclasificación: *a)* la primera resalta el carácter estratégico de un proyecto audiovisual, un corto, con fines evangelísticos impulsado por la organización Argentina Oramos por Vos (AOXV), en donde se refuerzan mayoritariamente lógicas de marcación débiles, genéricas, dirigidas a un público amplio; *b)* la

2 En la actualidad los evangélicos representan el 15.3% de la población argentina. Dentro de este porcentaje el 13% son pentecostales y el resto pertenece a otras denominaciones (5.3% bautistas, 0.6% adventistas, 0.4% metodistas, luteranos 1.1% y de la Iglesia Universal del Reino de Dios, el 3.6%). En lo que concierne a su posicionamiento en la estructura social, el 73.5 % se inscribe dentro del nivel socioeconómico bajo. Para una caracterización cuantitativa de la situación del pentecostalismo en Argentina ver Algranti, Carbonelli y Mosqueira (2020).

segunda prioriza otro tipo de esfuerzo inclasificador de impronta más reflexiva y autocrítica relacionado a los contenidos humorísticos de un *influencer* cristiano que parodia las costumbres religiosas. Se trata de una propuesta orientada a un público restringido cuya premisa consiste en plantear la posibilidad de que los evangélicos se rían de sí mismos y de sus referentes. c) Por último, la tercera comprende la potencia recategorizante de las prácticas de consumo a través de las cuales es posible instrumentalizar distintas técnicas terapéuticas bajo el monitoreo permanente de las valoraciones sociales que gravitan sobre las etiquetas religiosas. La elección de situaciones heterodoxas tiene como meta visibilizar acontecimientos generalmente desatendidos en los estudios tradicionales sobre el pentecostalismo latinoamericano. Las situaciones comparten entre sí dos vectores dominantes: el primero, refiere a las múltiples formas de presencia de las materialidades evangélicas y el segundo consiste en el movimiento doble de revisión de las taxonomías y afirmación de la liminalidad.

La investigación se basa en el estudio cualitativo y cuantitativo de la oferta y las preferencias de bienes culturales religiosos, abordados a través del análisis de los circuitos de producción editorial y a partir de la reconstrucción de itinerarios de consumos creyentes.³ En el primer caso, el trabajo de campo (2009-2013) incluyó entrevistas en profundidad, registros y lecturas de documentos de editoriales católicas y evangélicas. Se entrevistaron especialmente directores, encargados de áreas, vendedores y autores cristianos vinculados a diferentes sellos. En el segundo caso, se realizaron entrevistas abiertas, extensas y recurrentes y observación participante en cultos, eventos y puntos de venta de mega-iglesias evangélicas de CABA (entre el 2014 y el 2017). Asimismo, el consumo religioso (de cultura escrita, audio-visual e iconográfica-estética) fue analizado en una escala más amplia, recurriendo a los datos de la “Segunda encuesta nacional sobre creencias y actitudes religiosas en la Argentina” realizada en el 2019. Por último, en lo que concierne al registro de contenidos cómicos, el trabajo cuenta con la sistematización de un corpus de documentos escritos (libros e historietas) y audio-visuales (canciones, videos, entrevistas, memes)

3 La investigación recupera y amplía los resultados de dos proyectos: el PICT 2015-1936, titulado: “Las formas sociales de la pertenencia religiosa. Análisis de los modos de vinculación entre el actor social y sus grupos de referencia en Buenos Aires”. Y el PICT 2019-00910: “Sanidad, moralidad y consumo religioso. Análisis sociológico de terapéuticas pentecostales y adventistas orientadas al tratamiento de adicciones en el Gran Buenos Aires (2014-2024)”.

así como el seguimiento en las redes sociales de *influencers* cristianos (Instagram, TikTok y YouTube), incorporando estrategias de la etnografía virtual (Bárceñas Barajas, 2019). Antes de explorar las posibilidades de una sociología de la inclasificación es necesario establecer brevemente algunas precisiones conceptuales y sobre todo operativas respecto al estudio de las materialidades y su potencia categorizadora.

A propósito de la cultura material: consideraciones epistemológicas

Más allá de sus aplicaciones historiográficas y arqueológicas, es posible ordenar los antecedentes, orientaciones y usos del concepto de cultura material —aplicado al estudio del hecho religioso y tópicos afines— a partir de tres reducciones. Utilizamos el término reducción para describir operaciones lógicas, pero también prácticas concretas de investigación que se emplean en la construcción de un objeto de estudio. A diferencia del reduccionismo que denota una actitud automatizada respecto a los presupuestos de un enfoque y sus puntos ciegos, la reducción implica, por el contrario, un movimiento reflexivo que pondera el alcance y las consecuencias de los aspectos que se realzan y aquellos que se subordinan. Veamos, entonces, para clarificar y situar nuestro propio argumento tres posibles reducciones de la cultura material religiosa y el modo de entender las clasificaciones que se infiere de las mismas.

La primera, corresponde al énfasis cultural y simbólico que supo impulsar el desarrollo de una antropología del consumo especialmente en la academia anglosajona y francesa durante la segunda mitad del siglo xx. Se operan aquí dos rupturas fundacionales: primero, con las teorías del utilitarismo y el postulado universalizante de la acción racional que resume el *homo œconomicus*; segundo, con los resabios normativos de los enfoques de impronta franckfurtiana que conceptualizan a la industria cultural en tanto consecuencia y efecto de las formaciones económicas. Por el contrario, el análisis de la dimensión estructural, pero también semántica y pragmática de los objetos⁴ permite comprender a la cultura material como un sistema de signos, también de relaciones y diferencias que tornan inteligible a la realidad y su urgencia de sentido.

4 Desde las mercancías de la sociedad de consumo (Baudrillard, 2012) hasta los “fetiches” del culto animista (Augé, 1996).

“*Las mercancías*, señalan Mary Douglas y Baron Isherwoods (1990, p. 77), *sirven para pensar*”. Esto significa que así como portan valores de uso y valores de cambio, también resumen formas específicas de ordenamiento del mundo. Allí reside su función clasificatoria vinculada al conocimiento, el aprendizaje, la producción social de la memoria y la reducción de complejidad (Alexander, 2000). Asimismo, los aspectos mentales de las mercancías son precisados a través de sus relaciones de correspondencia con las formas de vida grupales y sus ciclos colectivos. El abordaje antropológico del consumo encuentra —si pensamos, por ejemplo, en los trabajos de Daniel Miller (1999; 2005; 2007) y su diálogo con Malinowski, Hubert y Mauss y en especial Bataille— numerosas analogías con los estudios de religión. Los ritos de sacrificio, las devociones y sentimientos amorosos envuelven a los actos en apariencia puramente económicos y racionales relativos, por ejemplo, al uso del dinero y su potencia moralizadora. La captación simbólica de la cultura material tiene la virtud doble de reconocer, por un lado, los sistemas de significados que vehiculizan “las cosas” y anticipar, por el otro, las semejanzas implícitas con los comportamientos religiosos. Como vimos, en lo que concierne a las clasificaciones tiende a priorizarse la dimensión cognitiva que reenvía los objetos a un orden de símbolos y representaciones que justifican la razonabilidad de las prácticas.

La segunda reducción es de impronta fenomenológica. De hecho, es posible reconocer una suerte de relanzamiento tal vez una reinención de esta perspectiva en los análisis sobre todo antropológicos del hecho religioso, como evidencian los estudios sobre los procesos de *Embodiment* de Thomas Csordas, el abordaje de la Religión Vivida de Nancy Ammerman, el enfoque de la Cultura Visual de David Morgan y los trabajos de Religión Material de Brigit Meyer; cada uno de ellos retomado en diferentes circuitos de la academia latinoamericana (Rabbia, Morello, da Costa, y Romero, 2019; Bahamondes y Marin Alarcón, 2022; Giumbelli, Rickli y Toniol, 2019; Menezes y Toniol, 2021; De la Torre, 2021). Siguiendo este retorno de la fenomenología, el programa de estudio que resume el enfoque reciente de la Religión material, supone otorgarle una autonomía, podríamos decir incluso un estatus ontológico privilegiado, al análisis de las materialidades que participan de los procesos de sacralización (Meyer, 2006; Meyer; Morgan; Paine y Brent Plane, 2010). El acento recae sobre la experiencia primaria que suscitan los objetos —incorporando la pregunta por la tecnología— a las que se explora tanto en sus aspectos somáticos, sensibles, sensoriales como en su capacidad para generar ambien-

tes o atmósferas trascendentes (Ingold, 2012). Esta visión toma distancia, en principio, de la pregunta por los significados y las representaciones en el marco de una crítica a lo que entiende es el “sesgo mentalista” de las creencias y su orientación hacia la interioridad. Meyer y Houtman (2012) esquematizan⁵ en pocos axiomas —separados de sus fundamentos epistemológicos y metodológicos— la complejidad del pensamiento weberiano para abstraer un modelo evolutivo de sus análisis y un diagnóstico general: postulan una comprensión desmaterializada del protestantismo devenida en paradigma tácito de la religión moderna mientras afirman la tesis del legado protestante en las investigaciones académicas así como el antagonismo entre materialismo y creencias (la distinción rígida entre sujeto y objeto) como una de las oposiciones fundantes de la disciplina. El esfuerzo por construir un argumento de autoridad respecto a la desatención de las materialidades y las ventajas heurísticas del enfoque fenomenológico los lleva a amplificar, universalizando, el alcance conceptual del protestantismo, también de las posiciones dicotómicas, en los estudios contemporáneos. Más allá de estos excesos, uno de los aspectos sugerentes del enfoque radica, a nuestro entender, en la propuesta de una epistemología atenta a las vivencias nativas, al cuerpo y al modo en que la cultura material informa las comprensiones ontológicas de lo sagrado. El riesgo radica en asumir el sentimiento de familiaridad con el mundo que expresan los artefactos, sin explicar las condiciones sociales —simultáneamente incorporadas y negadas— que lo hacen posible.

5 La esquematización radica en el hecho de abstraer a la sociología de la religión de Max Weber de su ontología así como de sus fundamentos epistemológicos, metodológicos y el contexto de ideas en el que se desarrolla, para producir —a modo de diagnóstico antagonista— una interpretación iconoclasta, racionalizante, pensada en términos de una evolución simple de las imágenes religiosas en donde el protestantismo representaría el prototipo de la religión moderna desmaterializada. Lo que aparece como inelectualismo es el énfasis weberiano en el significado y los valores que sistematizan los especialistas. Esta pregunta por el sentido se comprende mejor desde el proyecto sociológico que representa una ciencia de la acción, informada por la hermenéutica, el historicismo y la perspectiva neo-kantiana. Comprender y explicar la acción social es reconstruir sus fundamentos motivacionales, los sentidos en juego, a partir de tipos ideales que nos permiten entender —por aproximación— el desarrollo y las consecuencias buscadas y no buscadas de ciertos tipos de comportamientos guiados por axiomas de valor últimos. En este enfoque, las materialidades de la cultura escrita tienen una importancia de primer orden en los estudios historiográficos y su dependencia respecto a las fuentes documentales. Asimismo, el *ethos* —término con el que trabaja Weber— es una noción ciertamente más compleja que las creencias porque se encuentra más cerca de las rutinas, hábitos y costumbres, es decir, de las prácticas, que de las conductas plenamente conscientes o del formalismo del dogma teológico.

La pregunta por las clasificaciones encuentra en esta tradición una respuesta diferente a la reducción simbólica. El esfuerzo analítico toma distancia de la reconstrucción total de los corpus de creencias y la estructura de sus taxonomías para enfocarse, por el contrario, en la experiencia sensible de la divinidad en tanto dimensión vertebradora de las prácticas e indisoluble de su estatus material. En vez de entender al proceso clasificatorio como la consecuencia de un sistema integrado de relaciones y diferencias se lo aborda a partir de las apropiaciones singulares de las nociones religiosas y su impacto biográfico.

La tercera y última reducción, aquella que aplicamos en el presente trabajo, no es simbólica ni fenomenológica, vale decir, no prioriza en primera instancia los significados culturales ni la experiencia o el modo de *ser-en-el-mundo* que actualizan las materialidades. Se trata de una reducción de orden distinto, sociológico, cuya meta consiste no en producir un cierre en lo social, sino todo lo contrario: apunta a captar las relaciones, estructuras y procesos no obvios y de naturaleza colectiva que evidencia —de modo sublimado, indirecto— la vida religiosa a través de la cultura material (Appadurai, 1996; Kopitoff, 1998; Algranti, 2018). Es un enfoque de carácter genético que se pregunta por las condiciones de posibilidad de los bienes culturales (¿Cómo se producen y circulan?) y por la pedagogía que los torna elegibles (¿de qué manera se eligen, valoran y usan?).

Se trata de reconstruir los entramados complejos y dinámicos de interrelaciones que la actitud natural, esto es, el modo inmediato en que se experimentan “las cosas”, omite o desdibuja para ser efectivo. Por ejemplo, la lectura solitaria de un *best seller* de autoayuda (de *counseling* o *mindfulness*) suspende la pregunta por el modo en que se elige o descarta a un autor, a un tema y a un estilo de escritura. O la práctica de escucha de música cristiana durante un rito no suele distinguir la educación sentimental que la hace posible o la génesis del proyecto creativo y su compleja inserción en la escena evangélica. En un sentido análogo, el análisis de la forma en que lo sagrado ocurre materialmente opera a veces a través de una *epojé* irreflexiva de lo social al poner entre paréntesis los procesos subterráneos de socialización (familiar, educativo, religioso, profesional etc.) que están en el origen del sistema de preferencias que sintetiza el gusto y el estilo de vida que lo sostiene. Las operaciones de olvido de las bases sociales de las pasiones y el amor por ciertos bienes y no otros son unos de los principales aportes de los enfoques disposicionales que —a la

manera de Bourdieu (2006) o también Veblen (1963)— recuerdan la relación opaca entre el consumo y la estructura social. La reducción sociológica sobre las materialidades, en donde convergen tanto los estudios clásicos de la escuela francesa (Mauss, 1979; Durkheim, 1992; Baudrillard, 2012) como las revisiones pragmatistas (Latour, 2005; Gell 1998) de las últimas décadas, se propone realzar los procesos y relaciones de ensamblaje, así como las experiencias y vínculo entre los seres humano y no-humanos, sin caer en una clausura de lo social. El esfuerzo radica en conocer cómo se estabiliza y varía el conjunto de relaciones sociales que posibilitan el encuentro entre un autor y un lector, un santo y un devoto o un *influencer* espiritual y sus seguidores, detractores y también sus *haters*.

Para esta reducción, la fuerza clasificatoria de los objetos religiosos obedece en parte a las relaciones sociales —de diferente orden— que se resumen y niegan en los usos rituales o en la apropiación espontánea de los mismos. En algunas de sus posibilidades, ellas sintetizan, —adelantando el argumento del artículo— marcaciones espirituales de distinta intensidad dirigida a un público ampliado o restringido; enuncian de manera indirecta el conflicto intergeneracional dentro de los templos o ponen en evidencia los estilos culturales y la situación de clase que acompañan a las opciones religiosas. Incluso los artefactos o mecanismos más espirituales vehiculizan clasificaciones solapadas sobre el mundo social.

En la medida en que cada una de estas reducciones epistemológicas se lleve adelante de manera controlada es posible incluir a los otros registros que se subordinan en primera instancia. De lo contrario se corre el riesgo recurrente de transformar las selecciones de investigación en puntos ciegos, extrapolando los argumentos teóricos, análisis y resultados de un caso empírico, culturalmente situado, a la totalidad de los fenómenos en los que participan las materialidades religiosas.

La política de la inclasificación

Retomando la reducción sociológica, nos proponemos explorar en este primer caso un elemento específico de la génesis social de los bienes culturales que

componen la oferta evangélica:⁶ nos referimos a las marcaciones espirituales de las mercancías cristianas. Al analizar la génesis social de los bienes culturales que componen la oferta evangélica es posible reconocer el empleo meticuloso (por parte de casas editoriales, productoras, iglesias o desarrolladores de contenidos en las redes sociales) de estrategias de marcación y desmarcación que contribuyen a clasificar objetos, personas y contextos rituales. La marcación comprende el uso de un sistema de signos que sitúan a los bienes dentro de un conjunto amplio de referencias religiosas de carácter explícito (citas o imágenes de la biblia, testimonios de conversión, ejemplos de la vida de iglesia o el trabajo pastoral). Por el contrario la desmarcación describe el movimiento opuesto, relacionado al empleo de señales sutiles, codificadas, que requieren de una cierta semiótica de las menciones sugeridas. En toda su variedad y riqueza, los productos instituyen un lenguaje singular en el que convergen ambas lógicas de clasificación. De hecho una misma organización puede incorporar estratégicamente los dos registros.

Este es el caso de la red de pastores AOXV. Desde el 2001 la red constituye un espacio de encuentro de especialistas que trabaja en la consolidación de un liderazgo reflexivo a través de la contención y nivelación de sus miembros. Para ello realiza actividades anuales mientras fabrica una cultura material propia. Por un lado, emplea la cultura escrita para tematizar los problemas estructurales del pentecostalismo en la Argentina, sobre todo la dificultad para producir su unidad y representación colectiva o insistir en torno a la impor-

6 Para una descripción cuantitativa de la estructura de consumo del mundo evangélico en relación con la cultura material religiosa, podemos recurrir a la Segunda Encuesta Nacional sobre Creencias y Actitudes Religiosas (Mallimaci, et al 2019). Los datos obtenidos muestran que entre el 2008 y el 2019 el catolicismo disminuyó sin dejar de ser mayoritario (pasó del 76.5% al 62.9%), crecieron las personas que no se identifican con las adscripciones religiosas disponibles (del 11.3% al 18.9%) y aumentaron asimismo los evangélicos (del 9% al 15.3%). A diferencia de los católicos y de las personas sin adscripción religiosa, la mayoría de los evangélicos —7 de cada 10— opta por la música cristiana o escucha en menor medida —6 de cada 10— programas confesionales en la radio, TV o internet. Asimismo, 4 de cada 10, es decir, casi la mitad de ellos, tienen contacto con materiales escritos, eligen revistas, libros o periódicos con un enfoque cristiano. Estos datos se completan inicialmente con la lectura de la Biblia la cual incluye al 79.0% de las personas que se identifican con esta religión. La cultura gráfica (sobre todo las historietas, revistas y libros) y la audiovisual (especialmente los segmentos vinculados a las redes sociales) comprenden ámbitos privilegiados para explorar los géneros humorísticos aplicados a comentar las vicisitudes de la vida cristiana. Para un análisis más amplio del consumo religioso de cultura escrita, audiovisual e iconográfica-estética ver Algranti, Ruffa y Monajeau Castro (2020).

tancia de reforzar la capacitación de sus líderes.⁷ Ofrece materiales hecho por pastores para pastores en los que se pone en juego un proyecto pedagógico y doctrinal, incorporando asimismo un argumento subrepticamente político sobre la transformación del país.

Por otro lado, la misma organización que trabaja transversalmente en la integración del pastorado, desarrolla otro tipo de bienes de consumo dirigidos a un público externo y a espacios extra-religiosos. Se recurre a la inclasificación estratégica de la espiritualidad con fines evangelísticos. La cultura audiovisual es el medio que le permite difundir contenidos mayormente desmarcados cuyo objetivo es dramatizar en imágenes los modelos ejemplares de acción del cristianismo, reduciendo al mínimo las referencias denominacionales. Nos interesa reconstruir sociológicamente esta política de la inclasificación y la ambivalencia que sugiere la oferta evangélica a partir de un proyecto cinematográfico en particular.

La película titulada *La deuda* (2013) fue realizada por una productora dependiente de una de las principales mega-iglesias de la ciudad de Buenos Aires. Este templo y su pastor ocupan una posición clave en AOXV. Es preciso reconocer que el cortometraje fue financiado con el aporte de diferentes iglesias del medio local y presenta dos características fundamentales: *a)* La primera es el esfuerzo por adaptar las narraciones globales propias del género de conversión a una ficción argentina en donde el elenco, los escenarios, el lenguaje, pero también el acento y los modismos, las decisiones estéticas y las problemáticas se ajustan a las pautas de representación del cine y la televisión doméstica. *b)* La segunda, refiere a la estrategia de desmarcación que consiste en evitar cualquier tipo de referencia explícita al Evangelio o a la vida cristiana hasta los últimos minutos del film. Se trata de un bien cultural desclasificado en términos espirituales que requiere de una lectura entrelineas de los signos evangélicos que insinúa constantemente. La idea es contar una experiencia extraordinaria de aproximación al punto de vista evangélico, sin las etiquetas ni las reglas convencionales del género. Es una manera de diferenciarse tanto de los productos culturales ortodoxos del mundo protestante como de los contenidos de la Iglesia Universal del Reino de Dios que circulan por la televisión y

7 Por ejemplo, el libro “40 días de ayuno y oración” intenta construir un diagnóstico y una agenda común que involucra a los principales referentes del evangelismo local. Los pastores se toman a sí mismos como sujeto y objeto de reflexión. El texto representa un hecho comunicacional, también político, portador de una propuesta construida en torno a la red AOXV.

las redes sociales, ya sea bajo la forma de testimonios espectaculares de sanidad o a través de telenovelas ciertamente exitosas basadas en el Antiguo Testamento. La estructura narrativa de *La deuda* toma distancia del discurso clásico de conversión que ofrece en términos generales la cultura audiovisual evangélica.

La trama aborda un momento en la vida de Juan, un trabajador de clase media, divorciado y recientemente jubilado de una empresa textil. Su biografía se encuentra atravesada por los problemas familiares con su padre, pero también con su único hijo, su nuera y su nieta con quienes mantiene un vínculo repleto de desencuentros y tensiones. Otro rasgo distintivo de su situación es la adicción al póker, la cual le genera una deuda que lo lleva a huir de sus agresivos acreedores y abandonar inesperadamente la ciudad. Juan prepara la valija, guarda una pistola y decide volver a su pueblo natal en busca de un antiguo y valioso reloj que le había regalado su madre ya fallecida. Él piensa que esta reliquia, símbolo del amor y la valorización materna, se halla todavía guardada en la casa de su padre a quien no visita hace años. Este objeto único podría resolver sus apremios económicos.

Sin embargo, el viaje se ve interrumpido rápidamente cuando su auto se descompone a medio camino. Allí conoce a un extraño que se detiene en la ruta y le ofrece su ayuda. Se trata de un hombre joven en la década de los treinta, apuesto, vestido con ropa rural, como un estanciero bien posicionado, pero sencillo. Su camioneta es una Ford F-100 color gris, un vehículo clásico, funcional y bien mantenido. El extraño, que se introduce con el nombre de Emanuel, se muestra amable y al mismo tiempo inquisidor; parece intuir o saber que Juan se encuentra en una circunstancia difícil, por eso le ofrece hospedaje.

Al igual que su ropa y camioneta, el hogar de Emanuel recrea un imaginario campestre próspero y tradicional. La residencia antigua al estilo francés es el casco de un gran campo heredado de su padre. La casa es amplia, limpia y apropiadamente decorada, sin ser fastuosa. La estética de la sencillez y la abundancia recorre a este personaje enigmático. Juan se siente sorprendido, valorado y a gusto y, por primera vez en mucho tiempo, descansa. La cena que prepara la criada le recuerda a la comida de su infancia, de hecho la sopa tiene un sabor idéntico a la que preparaba su mamá. La sensación de hogar y de cuidado emociona al protagonista que de a poco se abre y cuenta las verdaderas razones de su viaje. Lejos de juzgarlo Emanuel lo escucha y lo aconseja sobre

la necesidad de cambiar la mirada, entender que la paz interior no depende de las cosas materiales y que uno vale por lo que es y no por lo que tiene.

Imagen 1



Imagen 1. Escena en la que el protagonista (a la izquierda) le confiesa sus problemas y tribulaciones a Emanuel y recibe su consejo⁸.

Pese al peligro, el extraño no duda en acompañar a Juan hasta su antiguo hogar y antes de irse le entrega un regalo envuelto. La tensión dramática alcanza su punto más alto cuando el protagonista armado confronta a su padre y le reclama el antiguo reloj o los ahorros disponibles. En paralelo los matones que lo perseguían irrumpen en la estancia de Emanuel, toman de rehén a la criada y exigen el paradero de Juan o el pago de la deuda. Luego de una intensa discusión repleta de culpas y acusaciones el protagonista logra reconciliarse con su padre, pero cuando vuelve al campo se encuentra con Emanuel tendido en el piso a punto de morir. Si bien entregó el dinero reclamado saldando la deuda, los delincuentes le dispararon fríamente antes de huir. Juan cae de rodillas frente a esa imagen desgarradora y exclama: “*¡No es justo!*”, pero Emanuel responde imperturbable: “*No es justo, es gracia. Espero que mi muerte no haya sido en vano*”.

La próxima escena nos muestra a Juan tiempo después junto a su hijo intentando sin suerte hallar la estancia donde todo ocurrió. Pero parece que

⁸ Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=hGPU6c_akcU

nunca estuvo allí. De repente, el hijo encuentra el regalo de Emanuel olvidado en el auto: es el reloj perdido que motivó el viaje junto a una biblia con una dedicatoria escrita a mano: “*Yo vine para que tengan vida, y vida en abundancia*” (San Juan 10:10). La emoción y la sorpresa en el rostro del protagonista insinúan también la comprensión profunda, espiritual, de los acontecimientos vividos.

La película culmina con la imagen de una mujer de mediana edad angustiada al borde del llanto frente a un edificio y la repentina aparición de un desconocido. Es Emanuel sonriente y con ropas urbanas ofreciendo su ayuda, del mismo modo que lo hizo con Juan. Una placa negra con letras blancas recrea la cita bíblica reafirmando la interpelación final al público. El amable y sabio extraño era Jesús (Emanuel significa “Dios con nosotros”), una deidad próxima dispuesta a atender a los problemas mínimos de cada creyente, a responder por sus faltas, contenerlos, escucharlos, obrar milagros y prodigios sobre sus errores.

El sistema de signos evangélicos emerge de manera sutil a medida que se desenvuelve el relato dramático, evitando cuidadosamente la espiritualización de la trama. Más allá de la ambigüedad del título —que evoca a las deudas terrenales y celestiales— o la santa cortesía, la paz interior y el sacrificio abnegado de Emanuel, no hay referencias religiosas explícitas hasta los minutos finales cuando la biblia y la resurrección de este personaje misterioso resignifican, conectan y suturan los sentidos flotantes. La estética de la sencillez, la abundancia, la restauración, que define a la atmosfera de la estancia y a su propietario cobran un nuevo significado si se lo reinterpreta como un encuentro personal con Jesús, su hogar y sus promesas. La economía de los signos y marcaciones evangélicas producen su impacto al final. De ahí, que la ambivalencia sea una estrategia socialmente calculada para difundir una cultura audiovisual que hable del evangelio sin nombrarlo. Una fórmula de acercamiento distinta —no ritualizada, ni taxonómica— al pentecostalismo. La política de la inclasificación que instrumentaliza la red AOXV se replica en otros contenidos fabricados por evangélicos para el gran público y para contextos extra-religiosos.⁹ La reducción sociológica nos permite reconocer que un segmento de la

9 Pensemos, por ejemplo, en las baladas románticas y el reggaetón con valores cristianos —es el caso del cantante Ricardo Montaner, su hija Evaluna y su esposo Camilo—, los *best sellers* de autoayuda, espiritualidad, sanidad interior del psicólogo y pastor Bernardo Stamateas, estudiado por Leandro

escena artística evangélica recrea el lenguaje y la política de la inclasificación mientras participa a su manera de los circuitos ampliados, vale decir, seculares de la producción y el consumo cultural. Una variante en ascenso de esta modalidad incluye, como vamos a explorar en el próximo tópico, a las redes sociales en donde los influencers cristianos experimentan con las posibilidades clasificatorias y desclasificadoras del humor religioso a los fines de un diálogo intergeneracional.

La risa de los *influencers*: inclasificaciones del humor evangélico

Desde finales del siglo xx, y en homología con otros grupos religiosos, el comentario cómico —de impronta paródica o satírica— constituye un recurso relativamente instituido en las pautas expresivas del circuito evangélico-pentecostal (Detweiler, 1974; Gilhus, 2004; Parra Rico, 2009; Duarte y Petterson Gomes Do Vale, 2017). Funciona en las prédicas y conferencias, en la cultura gráfica, en programas de televisión o radio y también en las múltiples formas de sociabilidad que comprenden el mundo de la vida creyente dentro y fuera de la iglesia. Ahora bien, en los últimos años los usos profesionales del humor tienden a emanciparse cada vez más de los marcos eclesiásticos, vale decir, empiezan a ocupar un lugar distinto, ya no como un registro auxiliar, suplemento, de la liturgia o la comunicación de masas, sino en tanto género artístico con el que se experimenta en sus propios términos, bajo sus reglas y estructuras singulares (como demuestran la circulación de Memes cristianos). Este movimiento de autonomización progresiva de un “humor evangélico sobre evangélicos” responde en parte a las posibilidades técnicas que habilitan las redes sociales en un doble sentido: por un lado, en la generación y difusión de contenidos emergentes fabricados no por productoras, casas editoriales o mega-iglesias, sino por usuarios cristianos independientes y, por el otro, en la intensificación de un espacio virtual que transcurre en los márgenes de los templos, esto es, en ámbitos estructuralmente inferiores para utilizar la expresión de Víctor Turner (1988, p. 131). Allí se replican charlas, debates, inter-

Rocca (2013) o los programas de televisión (*La Divina Noche de Dante*) y *shows* (*Presidante tour 2022* y 2023) del conferencista y predicador Dante Gebel.

cambios, dominados de manera recurrente por el diálogo intergeneracional en donde los jóvenes disputan los sentidos y las formas del pentecostalismo.

Cuando se dirigen hacia las figuras de autoridad, las parodias de las costumbres religiosas poseen una potencia desclasificatoria notable y las reacciones críticas de los sectores más ortodoxos, guardianes de la tradición, tienen su fundamento. Después de todo, en su propia medida, a su propia escala, el pastor representa —recuperando los aportes de Kantorowicz (2012)— el *corpus mysticum* de su organización y la comunidad que lo acompaña. En consecuencia, el chiste y la imitación burlesca pueden ser corrosivo de este parentesco simbólico con la gracia divina al mostrar al líder excesivamente humano, falible, al punto de no estar a la altura de las competencias y funciones que implican ser la cabeza espiritual de un templo. Lo mismo ocurre con otros mecanismos clasificatorios volátiles e intensos como es el caso del “chisme santo”, esto es, las habladurías o murmuraciones dirigidas a difamar sobre todos a los líderes o a señalar las “rebeldías” secretas de la familia del pastor.

El chisme y el humor son diferentes, pero comparten la peligrosidad intrínseca a las formas laterales de clasificación capaces de desacralizar, desautorizando, los significados religiosos y a sus portavoces. Al primero se lo sanciona moralmente en tanto práctica impura, contaminante, ya que invalida a quien la realiza. Al segundo a veces se lo resiste mientras que en general se lo emplea con reserva y cuidado para que no se luzca más al chiste que el mensaje como señala Ulises Oyarzun (2012), un pastor chileno especialista en el *Stand Up Comedy* con valores y autor del libro “Cómo usar el humor en el ministerio”. Por eso, es interesante explorar las nuevas variantes de un humor cristiano linimal, ajeno a los usos convencionales de los marcos litúrgicos en donde los evangélicos se ríen de sí mismos y juegan al juego de la inclasificación al tomar distancia de las estructuras recibidas y perseguir una relación nueva, personalizada, moderadamente distinta con el Evangelio. La reducción sociológica de la cultura material nos lleva a hacer foco en los *influencer* cristianos como productores culturales de un nuevo tipo que emplean las posibilidades clasificatorias del humor en la lucha intergeneracional por las formas de entender y vivir el Evangelio.

Juan de Montreal es un influencer cristiano de 42 años nacido en Argentina y radicado en Miami que se destaca —entre otras áreas como la música y el teatro— en la exploración artística de la comedia y las posibilidades del humor religioso, también del humor en general, en las redes sociales (Instagram,

TikTok, YouTube y Facebook). En tanto hijo de pastor, Juan conoce al detalle las vicisitudes y tensiones de la vida eclesiástica, trasladando estas vivencias a la generación de contenidos que tematizan -a través de sketch, videos de música y doblajes de escenas de películas hollywoodenses- situaciones típicas y desatendidas del cristianismo (las maneras de leer la biblia, de orar, de ofrendar, de entrar a la iglesia, de ayunar etc.). Las tipicidades informan las sátiras de las costumbres evangélicas enfocadas en dos direcciones. Por un lado, el señalamiento de los comportamientos infra-ordinarios de los distintos perfiles de miembros, líderes y responsables de la iglesia, sus desajustes, errores, trampas e incomprensiones mínimas. Por el otro, en la producción de personajes cómicos, contra-ejemplos de la moral religiosa, interpretados con gracia y destreza. Cada personaje exagera, agrupa, sintetiza en clave burlesca, un conjunto de actitudes reconocibles para aquellos que participan de los códigos de sentido de la vida cristiana y sus paradojas. Constituyen pequeñas totalidades coherentes (con base a axiomas de valor, gestos, vocabularios, estéticas concretas) que describen, desde su óptica, formas en algún aspecto desacertadas de habitar el Evangelio o ejercer la autoridad a partir de un rasgo dominante: la vanidad de “Federico Pion”, la rigidez temerosa de “Ofelio ofendido”, la indiscreción de “Chiche el metiche” o la actitud controladora y dominante de “Isidro el ujier”. Pero hay un personaje, un villano perfecto, que se destaca por su popularidad en las redes y eventos religiosos ya que parodia con exactitud las actitudes ortodoxas y más que nada taxonómicas, juzgadoras, dirigidas a la descalificación sistemática de los jóvenes del templo: su nombre es “Krity Kon”.

¿Cuál es la performance de este modelo ejemplar de rigorismo? Con saco negro, bigote, voz grave y actitud fantasmal, Krity-Kon interviene de la nada en conversaciones ajenas con epítetos del Antiguo y Nuevo Testamento y una frase característica “Oídmeme a mí” seguido de un calificativo delirante, próximo al pastiche, pero de bases bíblicas (nieto de Nabucodonosor, hija de Cleopatra, rodete de Jezabel, idólatra del becerro de oro, primo de Barrabás, incircunciso). Su participación incluye siempre una sentencia sobre aquello que los jóvenes de la iglesia hacen, dicen o lucen y a quienes acusa de paganismo, masonería (*iluminati*), encantamientos mágicos, acciones diabólicas, influencias del mundo o vicios ocultos. Krity Kon rechaza las innovaciones (la moda, la tecnología), el deporte, los juegos, las festividades como la navidad, los parques de diversiones, al grupo de alabanza y reacciona ante la música cristiana

y sus incursiones en el hip-hop y el reagetton. Cuando participa del “El Gran Cristiano” —un programa que reúne a todas las creaciones de Juan de Montreal en una misma casa vigilada por el “Gran Pastor” emulando un reality—, Kirty se dedica al principio a dividir y enfrentar a todos los participantes haciendo alianzas con otras figuras legalistas y autoritarias con reminiscencias clericales. Es cierto que este villano de la juventud se encuentra con la réplica de las personas a las que reprende. Les responden en cada ocasión con un punto de vista distinto fundado no en la exégesis de las sagradas escrituras, sino en la experiencia, una contestación práctica que relativiza y pone en ridículo el rigor absurdo de una doctrina que se aparta demasiado del “mundo”, se encierra sobre si misma y no comprende cómo cada generación encuentra nuevas formas de relacionarse con Dios. Las intervenciones de Kirty Kon culminan con la impugnación de su actitud inquisidora y vehemente.

Imagen 2.



Meme de Kirty Kon en su posición característica y juzgadora clasificando de idólatras a los cristianos que festejan San Valentín¹⁰

¹⁰ Fuente: <https://twitter.com/juandemontreal/status/831710830626533377?lang=fi>

El comentario cómico representa en términos artísticos un malestar identificable en la cultura evangélica, pero generalmente informulado: enuncia de manera reflexiva, crítica, en un registro moral, la lucha intergeneracional por clasificar o desclasificar las actitudes cotidianas de los creyentes y los actores involucrados en este combate. La sátira de *Krity Kon* construye una hipérbolo de todas las acciones y gestos mínimos de categorización a la que están expuestos los jóvenes cristianos por parte de las figuras internas de autoridad. No es el juicio del mundo externo, tampoco de otros credos rivales, sino de los mismos cristianos lo que está en cuestión. Esta voluntad juzgadora que afirma los límites estrictos de un orden simbólico y su sistema de reglas choca una y otra vez con el esfuerzo inclasificador de una nueva generación que no se reconoce en las estructuras heredadas por sus antecesores, sino en una suerte de liminalidad –congruente con las trayectorias de apartamientos y retornos– de numerosos jóvenes nacidos y criados en el pentecostalismo. La indefinición no se resuelve por completo, ni implica necesariamente la ruptura o salida del Evangelio, sino la personalización de lo sagrado con base a selecciones biográficas y la definición lúbil de zonas de frontera con diferentes dominios extra-religiosos, en especial con los consumos culturales, las posibilidades estética, los usos de la tecnología y las actividades de recreación y ocio. A la doctrina en su versión acusadora y taxonómica se contrapone un énfasis distinto, basado en la aceptación, la igualación y el amor incondicional de una deidad que primero te reconoce y valora, sobre todo por tus defectos, y luego trabaja con tu carácter hasta producir a un nuevo anclaje identitario. Si *Krity Kon* es una parodia de las corrientes ortodoxas y su defensa de la estructura, el estatus y las normas que protegen los adultos, el humor de los jóvenes reivindica, por el contrario, el estado liminal, lo ambiguo, en donde se impone la espontaneidad y la abolición momentánea de las jerarquías. La sátira de las costumbres religiosas se aproxima a los ritos de inversión del estatus descritos por Turner (1988, p.180): los jóvenes en tanto representantes de las posiciones estructuralmente inferiores de la iglesia se ríen, critican, degradan a las posiciones estructuralmente superiores que resume el mundo adulto de los pastores y líderes. El marco de excepción que habilita el comentario cómico conlleva simultáneamente la afirmación de los valores de la *communitas* ideológica (sobre todo el énfasis en la experiencia, el igualitarismo y el trato personal con Dios) y la purificación de la estructura ya que se reafirma en paralelo el sentido y la necesidad de los ordenamientos.

La posición a un tiempo interna y externa de Juan de Montreal —ya que conoce las exigencias, también los pormenores, de la vida pastoral, pero decide ubicarse en la periferia de las expectativas sacerdotales— converge con las posibilidades técnicas y creativas de las redes sociales y con la vocación artística por la experimentación con la comedia y los tópicos evangélicos ambos emancipados de sus funciones litúrgicas. Pensado en términos sociológicos, el caso sintetiza un proceso más amplio de progresiva autonomización del humor pentecostal a cargo de una figura en ascenso de la escena evangélica: los *influencers* cristianos. Ellos son desarrolladores permanentes de contenidos que dialogan con los enunciados, argumentos y sensibilidades religiosas a distancia de las estructuras tradicionales de estatus y roles de la iglesia y bajo las pautas estéticas y expresivas de la juventud. No son necesariamente pastores, predicadores, misioneros o educadores, su función principal, semi-institucionalizada, es la legitimación de las formas emergentes de cristianismo a través de distintos recursos, entre ellos el humor. Este es un género inferior cuyos artificios, simulacros e inversiones pueden ser útiles para subvertir un orden moral determinado o para ratificarlo en su santidad o, como suele ocurrir más a menudo, para llevar adelante los dos movimientos en paralelo, o sea, desacreditar una parte de este orden y proteger otra. El caso analizado constituye un ejemplo de las posibilidades inclasificadoras de las parodias evangélicas dirigida a clasificar a los clasificadores y en el mismo acto afirmar por un momento el valor de la indefinición.

Consumos culturales: contornos de la no pentecostalidad

Es posible abordar la cultura material evangélica desde un ángulo distinto, aplicando la reducción sociológica al análisis no sólo de la producción y el desarrollo de contenidos, sino también al entramado de relaciones y estructuras no obvias que resumen los actos de consumo religioso. Las bases sociales de los sistemas de preferencias, esto es, el gusto por las cosas sagradas, nos muestra diferentes usos de la ambivalencia en tanto recurso potente, plástico, cada vez más legítimo y sujeto a justificaciones explícitas. Vamos a abordar este recurso en una variante en la que convergen las materialidades mayormente cristianas con un tópico común: la lucha contra los etiquetamientos y estigmas sociales.

Nos proponemos explorar un itinerario de consumo en donde se articula el interés por las tecnologías del yo (Foucault, 2008) de diferentes proyectos religiosos con el impulso descategorizante dirigido a afirmar la liminalidad como un estado permanente. No pocas veces, la mirada y los juicios de los demás constituyen un tema de primer orden que organiza la relación con los objetos y el estatus ontológico que ellos ocupan en la experiencia primaria de lo sagrado. La trayectoria elegida no plantea -y aquí radica su valor heurístico- un caso típico de consumo evangélico tal y como suele manifestarse en practicantes asiduos, sino una posibilidad de relacionamiento periférica con el mundo de los bienes culturales que ofrece el pentecostalismo. De hecho, la opción por una cultura escrita repleta de diacríticos espirituales es compatible con la declaración pública de la “no pentecostalidad” y su justificación certera.

La autopercepción de Sofía con la que inicia el presente el artículo (“*Yo no me siento evangelista. No me voy a poner esa categoría porque boluda no soy*”) describe entre otras cosas una actitud alerta respecto a la potencia clasificatoria de sus gustos y las representaciones adheridas a las identidades religiosas. Los libros, la música, los gestos rituales u objetos que se portan en el cuerpo, proyectan impresiones, emiten mensajes que su entorno codifica, interpreta y devuelve bajo la forma de etiquetas precisas. Su medio social de referencia es el sistema académico argentino, la universidad pública y los estilos culturales propios de la clase media profesional -una pequeña burguesía intelectual- emplazada en barrios y circuitos de circulación propios de los sectores de ingresos medios y altos de la Ciudad de Buenos Aires. En lo que respecta a su familia de origen, ella es la mayor de cuatro hermanos, hijos de padres profesionales, —un ingeniero y una psicóloga—. Sofía también es madre de un hijo adolescente que asiste, por razones más escolares que religiosas, a un colegio judío.

Pese a provenir de una familia a la que caracteriza de agnóstica, su propia formación secundaria se desarrolla en un colegio confesional católico, el mismo al que fue su madre. La catequesis de la escuela y sus sacramentos institucionalizan su interés de la infancia por las narrativas bíblicas y la arquitectura eclesiástica. Sus amigas dan por hecho que es católica (“*como todos*”) y ella no contradice, tampoco reivindica, esta clasificación culturalmente arraigada ni la legitimidad que se deriva de la misma (Frigerio, 2007). La única categoría que

exhibe y defiende explícitamente es su devoción incondicional por Gilda¹¹ y el sentimiento de presencia que le despiertan sus canciones a la manera de una santa, una entidad sagrada, que la cuida, inspira y protege.

Ahora bien, su relación con la oferta religiosa disponible excede el encuadre católico en dos direcciones en principio diferentes. Por un lado, toma clases semanales de yoga y consume los videos de meditación que ofrece la plataforma Gaia. Valora las técnicas corporales de la espiritualidad alternativa, pero sus enunciados no le “llegan”, la “aburren”, los siente “lavados”. Entiende que estas creencias proyectan una identidad prestigiosa, sobre todo por su carácter exótico, “étnico”, el cual les permiten funcionar como un operador de distinción respecto a los gustos de las mayorías. En este sentido las percibe útiles en su dimensión técnica ritual, pero pretenciosas en sus argumentos y valoraciones sociales.

Por el otro lado, se conecta con la cultura escrita evangélica a través de los libros que le envía y recomienda un pastor texano a quien conoce fortuitamente en un vuelo por Estados Unidos. El pastor la pone en contacto con tres tipos de bienes culturales: la biblia, la literatura cristiana y la consejería virtual. Si bien estos productos tienden a trabajar con las definiciones máximas de la moral evangélica, Sofía los lee a su manera, es decir, a partir de la lógica selectiva y circunstancial de apropiación de elementos espirituales para su vida práctica. De cada uno toma algo.

En primer lugar aparece la biblia. Este libro le ofrece poderosos mitos, entendidos como relatos verdaderos, con los que se siente identificada: desde la vida de Jesús —a la que reconoce como una de las narrativas que marcó su infancia— hasta el Antiguo Testamento y la fascinación con las batallas, los excesos, los castigos, las decisiones sobrecogedoras de personajes arquetípicos (de Ruth, José, Salomón y David, entre sus preferidos). La determinación y la voluntad de pelea, pero también el temple para atravesar situaciones difíciles o la confianza frente al miedo, son sentimientos a través de los cuales Dios se comunica bíblicamente con ella. Los rituales de lectura incluyen momentos diarios en las que abre el libro por inspiración y recibe un versículo para ella, o lo comparte con su hijo, incluso con su psicólogo, instruido en los cono-

11 Gilda representa un ícono de la cumbia y de la cultura popular argentina. El hecho cultural de su muerte suscitó complejos procesos de sacralización analizados, entre otros, por Eloísa Martín (2007, pp.30-54).

cimientos rabínicos. La hermenéutica bíblica le resulta útil para enfocarse y decidir ante situaciones amorosas, circunstancias familiares o cuestiones relativas al trabajo (*“la biblia como que me ayudó a poner la energía en las batallas correctas. Ser un soldado de Dios”*).

En segundo lugar se encuentra la literatura cristiana. El pastor le envía periódicamente libros de amplio espectro que narran experiencias con la muerte o el manejo de la vida mental. Sofía prefiere estos últimos, sobre todo las obras de la conferencista y autora Joyce Meyer a la que contrasta con otros profesionales del buen vivir.

Lo lavado el discurso *New Age*, me aburre, no le creo. Necesito cosas heavies para que me impacten, que me conmueva. Y después de que me conmueve, que me den argumentos sólidos, y la verdad es que encontré eso en ella [Joyce Meyer]. [...] como que si llenás la cabeza de las cosas correctas no va a tener espacio el Diablo, Satanás, para meterte por ejemplo, en mi caso sería, ¿qué sé yo?, el pensamiento por los celos, las boludeces, las preocupaciones, los pensamientos ansiosos [...] Y después [el libro] te va llevando a... en la biblia confiarás, te entregarás, no temeré, cuestiones de decir “lo que no puedo controlar, hasta acá llego”.

El contexto de lectura de estos materiales también sucede al anochecer, junto a los textos bíblicos y la producción posterior de una memoria personal (*“mi propio libro de Joyce Meyer”*). Los versículos, también las meditaciones de la autora y los acontecimientos recientes del día, confluyen en una misma trama que supone la técnica de la escritura y el subgénero del diario íntimo. Por último, se destaca la consejería virtual. A través de la plataforma de Facebook, Sofía y su pastor se mantienen en contacto frecuente; la ruta Buenos Aires-Texas participa y fabrica, en su propio registro, un paisaje cultural, mediado por el sistema de logros técnicos de las redes sociales, el uso acordado de la lengua inglesa entre ambos y la simbólica del Evangelio. Se incorpora a un régimen de intercambios a distancia. La consejería describe la enseñanza dirigida a aplicar principios bíblicos al mundo de la vida atendiendo a las necesidades y tribulaciones cotidianas. Por eso, el pastor se interesa y reza por ella, por su familia, su trabajo, su estado general, envía libros específicos para problemas específicos y le insiste sin éxito en que se congregate en una iglesia. Ella no busca la experiencia de grupo, ni sus rituales colectivos, menos aún las

etiquetas religiosas, sino el acompañamiento espiritual y el aplomo que halla en la mitología bíblica y en sus intérpretes (*“ese anclaje que tienen las personas que yo encuentro en la Biblia, o sea, puede pasar lo que tenga que pasar pero están parados. Me encantó y lo veía en este tipo [el pastor] y es a lo que aspiro”*).

La Biblia, Joyce Meyer y el pastor no son un secreto. Casi todo su entorno sabe de las incursiones pentecostales, se interesan, la escuchan, pero nadie la considera evangélica. Calificarla de esta forma sería una suerte de estigma de clase porque: “una cosa son las religiones prestigiosas el judaísmo, ser musulmán, ser católico tienen su aura. [...] pero ser evangelista es ser re grasa y mal porque encima te la crees y sermoneas a todos”. En una de sus acepciones, el calificativo “grasa” describe con exactitud la percepción externa de un desajuste entre la estima que se atribuye una persona a si misma y el lugar que los demás le asignan en la estructura social. Reivindicarse evangélica en sus espacios de sociabilidad es exponerse a ser encasillada dentro de una *“religión de pobres engañados”*, una condición vergonzante.

A cautelosa distancia de las clasificaciones presuntuosas o estigmatizantes de lo sagrado, Sofía abstrae de la cultura material de tradiciones rivales las tecnologías sobre el yo que mejor responden a las urgencias, contradicciones y sufrimientos de la vida cotidiana: las técnicas corporales de la espiritualidad alternativa y los enunciados fuertes de la mitología bíblica. En tanto relación social, el consumo religioso habilita un juego de proximidad y distancia con diferentes definiciones y simulaciones de lo real-sagrado. Su sistema de preferencias no cuadra dentro de la tesis de una “religiosidad a la carta” o un gusto al estilo bricolage, estos enfoques resuelven el consumo por el lado de la individuación, la desinstitucionalización y la producción de una nueva síntesis personal del creer. Por el contrario, el caso de Sofía afirma la liminalidad como un estado permanente, no resuelto, en concordancia -no mecánica, sino compleja e imperfecta- con un medio social que valora la inclasificación religiosa por encima de las posiciones taxonómicas. Asimismo, tornarse inclasificable respecto a las marcaciones de un determinado orden simbólico no implica abandonar las pautas de rigidez y conformidad de otros espacios de sentido (pensemos en la política, la sexualidad, también el deporte) cuyas categorías, fundamentos morales y estilos de pensar y sentir sostienen la experiencia que las personas tienen de si mismas a lo largo del tiempo.

Los consumos religiosos reconocen, en este caso, una dimensión descategorizante que valora la condición de tránsito selectivo, entre distintas com-

preensiones de lo real-sagrado. Su apertura tiene un límite definido por el axioma: “*ni plata, ni exclusividad*”, dos premisas que restringen las perspectivas efectivas de involucramiento. La meta primera de la inclasificación y fuente de su eficacia simbólica yace en la posibilidad de trascender el peso social y las expectativas de conducta que portan las identificaciones religiosas explícitas. Estas últimas fijan la autopercepción de las personas y sus narrativas biográficas a una categoría que en algunas oportunidades —tal es el caso analizado— tensiona la situación de clase.

El itinerario elegido nos muestra cómo el consumo religioso participa del acto de clasificar y ser clasificado. Las tecnologías del yo que pone a disposición la oferta cultural se emplean con pragmatismo, pero también con cautela para responder a malestares concretos, sin descuidar el estatus que le atribuyen los demás. La inclasificación es un lenguaje autorizado que le permite romper con el círculo mágico de las palabras. Es una estrategia deliberada, también un presupuesto ontológico que justifica, preserva, antepone la liminalidad y la indefinición en las cuestiones religiosas.

Reflexiones finales

La reducción sociológica de la cultura material nos permite reconstruir las relaciones sociales de aproximación y distancia respecto a las definiciones múltiples de lo real-evangélico. Estas definiciones compiten entre sí, se encuentran en disputa, y son recreadas a partir de la producción y el consumo extendido de ficciones, mitos, imaginarios, técnicas rituales. Como señala Baudrillard (1993, pp. 16-19), son paradójicamente los iconoclastas quienes mejor entienden el valor y el poder efectivo de las imágenes así como la elaboración de simulacros que refuerzan la fascinación de lo sagrado. La cultura material evangélica resume un acervo de conocimiento singular en la generación de simulaciones religiosas y la “hiperrealidad” —en términos del autor— que se desprende de ellas.

La oferta cultural que se pone a disposición supone asimismo una pedagogía de “las cosas”, esto es, incluye maneras de transmisión y aprendizajes que se incorporan paulatinamente. De este juego de aproximaciones y distancias surge el problema recurrente de la inclasificación, entendido como una forma de referenciarse frente a distintos órdenes simbólicos desde la ambigüedad,

los márgenes estructurales, a partir de una actitud crítica de las categorizaciones de la vida religiosa y sus representantes. Esta orientación reflexiva e impugnadora no es un asunto exclusivo de quienes consumen las mercancías disponibles, sino también de quienes las fabrican administrando con habilidad las marcaciones espirituales de sus productos. A lo largo del artículo nos propusimos analizar distintos tipos de acciones inclasificadoras.

En los primeros dos estudios, la política de la inclasificación se hace presente en el mundo de la producción cultural con sus diferentes variantes. Una de ellas son los proyectos cinematográficos que analizamos a través de la organización AOXV. Esta red de pastores, que tiene como objetivo la doble tarea de estandarización y unificación del liderazgo evangélico, trasmite su propuesta de representatividad, también de hegemonía, a través de materiales escritos y audiovisuales. Aquí las inclasificaciones describen no una posición estructuralmente débil o inferior, sino una estrategia sutil de evangelización dirigida a tematizar los valores cristianos casi sin mencionarlos. Otra variante corresponde a un modelo de generación de contenidos en ascenso pero todavía marginal, más desregulado, menos rígido (en comparación, por ejemplo, con las casas editoriales), como son las redes sociales en donde los *influencers* experimentan con distintas expresiones artísticas, entre ellas el humor. Las parodias de las costumbres religiosas funcionan como ritos de inversión del estatus ya que tipifican las actitudes taxonómicas, juzgadoras, severas, que descalifican a la cultura juvenil de las iglesias, reivindicando una ambivalencia moderada de sus prácticas. En el último estudio, las inclasificaciones son entendidas a partir de la lógica del consumo y su razonabilidad interna. La trayectoria analizada se destaca por el modo en que instrumentaliza la cultura material de tradiciones heterogéneas, otorgando un lugar ambiguo a la oferta evangélica. Surgen dos orientaciones bien definidas: por un lado, se abstraen las tecnologías del yo compatibles con su sistema preferencias, esto es, el gusto, pero también las necesidades y aspiraciones, de la entrevistada. Por el otro, se mantienen una actitud atenta a las valoraciones sociales de las técnicas terapéuticas y las impresiones que transmiten para evitar tanto la exotización de la cultura *New Age* como el desclasamiento que -para su entorno y para ella misma- representa la opción evangélica. El caso ejemplifica un perfil posible de consumidor en donde las materialidades pentecostales permean, de modo solapado y encubierto, en los estilos culturales de las clases medias urbanas.

Es preciso concluir retomando un contrapunto que complejiza nuestro argumento:¹² la reacción frente a las taxonomías religiosas no implica que los actores sociales defiendan posiciones liminales en todos los ámbitos de la experiencia. De hecho, tanto la oferta de la cultura material como las biografías creyentes combinan la revuelta frente a las etiquetas y definiciones de algunos órdenes simbólicos con la aceptación plena -a veces incondicional- de otros. En este sentido, la inclasificación no es una postura uniforme, sino selectiva y paradójica, orientada -en una de sus posibilidades- a discutir las formas del lenguaje desde posiciones estructuralmente inferiores. En todos los casos, la confrontación con las clasificaciones imperantes es inevitablemente una confrontación con las interpretaciones del mundo que transmiten y con la autoridad de quienes las enuncian.

Referencias

- Alexander, J. (2000). *Sociología cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas*, Anthropos.
- Algranti, J. (2018). Cultura Material. En Bancarte, R. (Coord.) *Diccionario de religiones en América Latina*. Fondo de Cultura Económica. pp. 143-147.
- Algranti, J. y Setton, D. (2021). *Clasificaciones imperfectas. Sociología de los mundos religiosos*. Biblos.
- Algranti, J., Ruffa, J. y Monjeau Castro, C. (2020). El gusto por las cosas religiosas. Aproximaciones cuantitativas al consumo de bienes culturales y objetos espiritualmente marcados en la Argentina. *Sociedad y Religión*, 30 (55), pp. 1-26.
- Algranti J., Carbonelli, M. y Mosqueira, M. (2020). ¿Qué ocurre hoy en el mundo evangélico? Aproximaciones cuantitativas a las creencias, prácticas y representaciones del pentecostalismo en Argentina. *Sociedad y Religión*, 30 (55), pp. 1-27.
- Augé, M. (1996). *Dios como objeto*. Gedisa.
- Appadurai, A. (1991). *La vida social de las cosas*. Grijalbo.

12 Para un desarrollo más amplio de la tesis sobre la inclasificación ver Algranti y Setton (2021).

- Bahamondes L. y Marín Alarcón N. (2022). Religión vivida y consumo religioso/espiritual: creyentes, usuarios y vida cotidiana en Santiago de Chile. *Estudios Sociales* 82 (10), pp. 137-156.
- Bárceñas Barajas, K. (2019). Etnografía digital: un método para analizar el fenómeno religioso en Internet. En Suárez, H., Bárceñas Barajas, K. y Delgado, C. (Coord.) *Estudiar el fenómeno religioso hoy: caminos metodológicos*. UNAM. pp. 285-315.
- Baudrillard, J. (1993). *Cultura y simulacro*. Kairós.
- Baudrillard, J. (2012). *La sociedad de consumo*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2006). *La distinción*. Taurus.
- De La Torre, R. (2021). La religiosidad popular de América Latina: una bisagra para colocar lived religion en proyectos de descolonización. *Revista Cultura y Religión*, 15(1), pp. 259-298.
- Detweiler R. (1974). The Jesus Jokes: religious humor in the age of excess. *CrossCurrents*, 24, (1), pp. 55-74.
- Douglas, M. y Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*. Grijalbo.
- Duarte, P. y Petterson Gomes Do Vale, R. (2017). O riso no culto evangélico: considerações sobre o humor em práticas discursivas religiosas. *PERcursos Linguísticos*, 7, (15), pp. 174-183.
- Durkheim, É. (1992). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Akal.
- Foucault, M. (2008). *Tecnologías del yo*. Paidós.
- Frigerio, A. (2007). Repensando el monopolio católico del catolicismo en la Argentina. En Carozzi, M. J. y Ceriani Cernadas, C. (Eds.) *Ciencias Sociales y Religión en América Latina*. Biblos, pp. 87-113.
- Giumbelli, E., Rickli, J. y Toniol, R. (2019). *Como as coisas importam: uma abordagem material da religião textos de Birgit Meyer*. Editora da UFRGS.
- Gilhus, I. S. (2004). *Laughing Gods, Weeping Virgins: Laughter in the History of Religion*. Taylor and Francis.
- Gell, A. (1998). *Art and Agency: an anthropological theory*. Oxford University Press.
- Ingold, T. (2012). Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. *Horizontes Antropológicos*, 18, (37), pp. 25-44.
- Kantorowicz, E. (2012). *Los dos cuerpos del rey*. Akal.

- Kopitoff, I. (1991). La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como procesos. En Appadurai, A. (Ed.) *La vida social de las cosas*. Grijalbo, pp. 89-122.
- Latour, B. (2005). *Reensamblar lo social*. Manantial.
- Mallimaci, F., Giménez Beliveau, V., Esquivel, J. y Irrazábal, G. (2019). *Sociedad y religión en movimiento, Segunda encuesta nacional sobre creencias y actitudes religiosas en la Argentina*, CEIL-CONICET.
- Martin, E. (2007), Gilda, el ángel de la cumbia. Prácticas de sacralización de una cantante argentina, *Religião e Sociedade*, 27 (2), pp. 30-54.
- Mauss, M. (1979). *Sociología y antropología*. Editorial Tecnos.
- Menezes, R. y Toniol, R. (2021). *Religião e materialidades*. Papéi Selvagens
- Meyer, B., Morgan, D., Paine, C. y Brent Plate S. (2010). The origin and mission of Material Religion. *Material Religion*, 40(3), pp.207-211.
- Meyer, B. (2006). Impossible Representations: Pentecostalism, Vision and Video Technology in Ghana. En Meyer, B. y Moors, A. (Edit.) *Religion, Media, and the public sphere*. Indiana University Press, pp. 290-312.
- Meyer, B. y Houtman, D. (2012). Introduction: Material Religion —How Things Matter. En Dick Houtman, and Birgit Meyer. (Eds). *Things: Religion and the Question of Materiality, Future of the Religious Past*. Fordham University Press, pp. 1-27.
- Miller, D. (1999). *Ir de compras: una teoría*. Siglo XXI.
- Miller, D. (2005). *Materiality*. Duke University Press.
- Miller, D. (2007). Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*. 13, (28), pp. 33-63.
- Oyarzún, U. (2012). *Cómo usar el humor en el ministerio*. Editorial Vida.
- Parra Rico, D. (2009). El chiste como relato gracioso en la prédica de una congregación cristiana y las actitudes lingüísticas frente a este. *Forma y Función*, 22, (1), pp. 45-65.
- Rabbia, H., Morello, G., da Costa, N. y Romero, C. (2019). *La religión como experiencia cotidiana: creencias, prácticas y narrativas espirituales en Sudamérica*. Editorial de la Universidad Católica de Córdoba; Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú; Universidad Católica del Uruguay.
- Rocca, L. (2013). Identidades desdobladas: Bernardo Stamateas como productor de bienes simbólicos. En Algranti, Joaquín (Dir.) *La industria del creer*, Biblos, pp. 201-227.

- Setton, D. (2017). Fronterizaciones jabadianas. *Archives de sciences sociales des religions*, 177, pp. 97-114.
- Suárez, H., Bajoit, G. y Zubillaga, V. (2013). *La sociedad de la incertidumbre*, IIS-UNAM; CRIM-UNAM.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*. Taurus.
- Veblen, T. (1963). *Teoría de la clase ociosa*. Fondo de Cultura Económica.