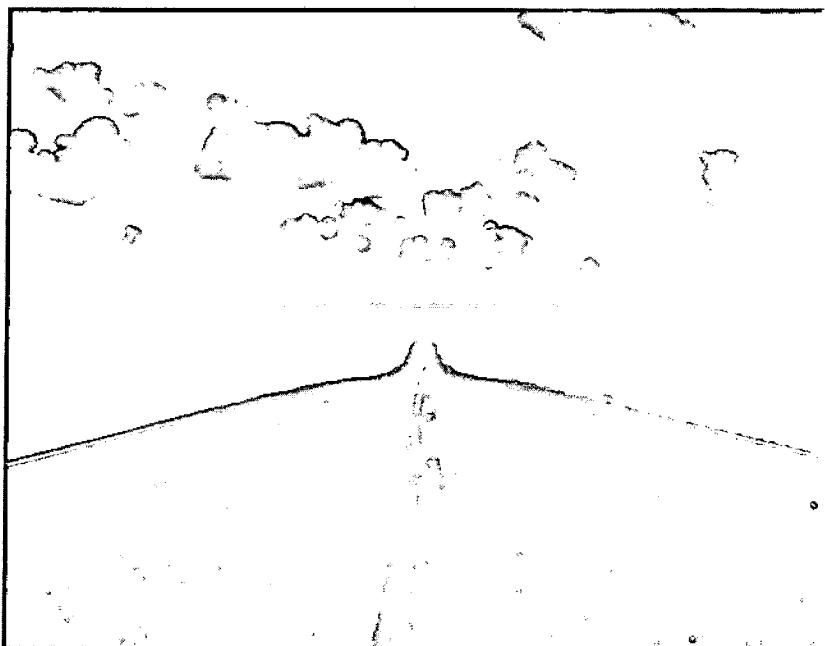


DOCUMENTOS

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Seducción religiosa en la cultura



net

**El repunte de la milagrería
y el sensacionalismo,
asociado a las experiencias
extraordinarias y místicas,
cuenta hoy con un caldo
de cultivo excepcional,
ya que las rutinas y el sacrificio
no ofrecen gancho
para seducir a las masas**

Nos encontramos inmersos en un cambio de época. No se trata simplemente de un cambio en el calendario cristiano occidental o de un ajuste de los relojes digitales de las computadoras. Se vive la experiencia de una crisis, entendida como la desaparición irremisible de algo estimado como perdurable y a la vez la entrada en una nueva etapa de incertidumbres, pero plena de posibilidades. Es sintomático ver la profusión de imágenes y términos que se trasiegan para describir el parto de este fin de milenio y el amanecer del nuevo. Desde el punto de vista espacial y geográfico se habla de la tierra-patria o de la globalización del planeta, que se visualiza como una astronave esférica con la que viajamos por el espacio; la economía ha acuñado términos como la de la fábrica mundial y la economía-mundo, para destacar la interdependencia de la producción y del intercambio comercial; para los nuevos tecnólogos y comunicadores nos hemos convertido ya en una aldea global, profetizada por Mc Luhan, en la que imperan la tecnotrónica, la comunicación y la telemática o, más sencillamente, hemos arribado a una era de la comunicación y de la información.

Los filósofos y expertos culturales debaten sobre sí es más adecuado hablar del fin de la historia, de la culminación tardomoderna o de la superación postmoderna. La misma discusión terminológica es indicio de las diversas formas de asumir el pasado y de imaginar figuras del futuro en términos de agotamiento de modelos, de ruptura con la tradición y de superación del presente.

En el campo religioso la imaginería de la Torre de Babel sería para muchos la figuración más adecuada para describir esa confluencia de expresiones sacrales y religiosas del más diverso origen, que se entrecruzan por encima de sus fronteras históricas, tanto en las grandes metrópolis como en el ciberespacio.

Sería injusto no reconocer las bondades y posibilidades que se abren para la Nueva Evangelización a la Iglesia, que por su catolicidad, es decir universalidad, está llamada a proclamar la Buena Nueva a todo el mundo ("urbi et orbe", como dicta la tradicional fórmula de los Pontífices en sus alocuciones). Precisamente, los documentos de la Santa Sede "Aetatis Novae" (1992), "Tertio Millennio Adveniente" (1994), "Ecclesia in America" (1999), nos invitan a estar atentos a los nuevos signos de los tiempos en el umbral de un nuevo siglo y de un nuevo milenio. Las siguientes reflexiones tratan de responder a unas inquietudes muy específicas que rondan en el contexto de la Iglesia Católica, pero que desbordan sus fronteras.

Transfiriendo el término adoptado por Don Tapscott para referirse a la nueva generación, veamos las características de esta cultura NET en expansión, a través de las autopistas informáticas y sus seducciones en el campo de la experiencia religiosa.

Del mundo simplificado y homogeneizado a la cultura compleja y diversificada

La mayor parte de las instituciones religiosas han surgido históricamente y se han desarrollado en el interior de un régimen de cristiandad, y bajo esa lógica se han expandido por la acción misionera. Pero ello implicaba que se partía de unas formas de pensar, sentir y obrar, fuertemente estructuradas en torno a una cosmovisión religiosa -occidental y europea- de fuerte impronta cristiana y católica.

Con la mundialización de la Iglesia Católica, en que la mayor parte de los fieles viven fuera del espacio europeo, el 70% de todos los católicos estarán en los actuales países en desarrollo y sólo el 3% en Europa y en los Estados Unidos. Esta constatación nos lleva a decir con J.B. Metz que "la Iglesia Católica ya no tiene una Iglesia en el Tercer Mundo, sino que se ha convertido en una Iglesia del Tercer Mundo con una historia de origen europeo occidental" (Metz, 1989). Más allá de las tensiones entre el centro administrativo de la Iglesia en Roma -con su personal cada vez más cosmopolita- y la periferia pluricultural, este fenómeno implica que en muchos casos la vida religiosa tiene que desenvolverse en entornos más diversificados desde el punto de vista cultural y religioso.

No se trata solamente de la confrontación con otras religiones, como en el caso asiático o africano, sino de las divergencias con otros grupos cristianos, a veces sectarios, en los cotos hemisféricos norteamericano y sudamericano, con predominio protestante o católico, respectivamente. Esta distribución regional, según los dominios pasados de la colonización inglesa o ibérica, tiende a romperse no solamente por un cruzamiento, derivado de la globalización, sino por un predominio del cristianismo sajón con sus múltiples ramificaciones frente a un catolicismo híbrido y sincrético, cuyos portadores pertenecen, en general, a la baja cultura y viven una religiosidad llamada "popular". A esta recomposición habría que agregar la disolución creciente de la religiosidad católica en las nuevas generacio-

Las posibilidades contraculturales y proféticas están amenazadas de diluirse en un mundo que descarta el don gratuito, el silencio meditativo, la solidaridad con los pobres, la sensibilidad por los postergados, que están excluidos del ciberespacio.

nes, que no reciben formación cristiana en las grandes aglomeraciones urbanas y viven una religiosidad difusa.

Esta dinámica favorece la expansión del tipo de mentalidad religiosa proveniente de los centros de poder, gracias al efecto demostrador de las potencias tecnológicas y culturales, que invierten más recursos en la difusión de sus estilos de vida, asociados a determinadas formas religiosas (iglesias carismáticas, electrónicas, virtuales, etc.). Y ello, sin menoscabo de la fascinación por el sincretismo afroamericano o indígena, considerados más bien pintorescos que respetables.

En este marco plural de visiones del mundo, con tradiciones y culturas cada vez más híbridas, se conforman no solamente posturas más abiertas, sino tolerantes y hasta relativistas. Las cuestiones doctrinales y morales se consideran accesorias frente a los valores modernos de la libertad y la tolerancia. ¿Acaso no fue un gran progreso del pensamiento moderno la superación de las guerras de religión que desolaron Europa durante los siglos XVI y XVII y ahora amenazan con recrudecerse en el mundo asiático y africano con toda clase de fundamentalismos? Bajo esta óptica han ido medrando las propuestas de unas religiones civiles, al estilo americano, o la cosmovisiones postreligiosas como la Nueva Era y los movimientos gnósticos, que aglutinan a miembros de cualquier confesión.

Esta flexibilización respecto de las formas de interpretar la vida, dar sentido a la comunidad y establecer estilos de vida o pautas morales, también introduce ciertas inseguridades y miedos en el seno de la Iglesia y, en general, en los grupos. De alguna manera las últimas encíclicas papales -"Splendor Veritatis" (1993) y "Fides et Ratio" (1998)- alertan sobre los riesgos de la disolución de la fe en un mundo en que todas las creencias entran en el juego democrático de la argumentación y parecen intercambiables.

Por eso mismo y, en sentido contrario, la inseguridad en las convicciones propias y el miedo a la expansión de otros grupos, que buscan también el predominio, provocan actitudes defensivas y fundamentalistas, capaces de contraatacar con estrategias conquistadoras. En plena época de pluralismo y relativismo resurgen movimientos y posturas en búsqueda de refugios guardados, doctrinas seguras, líderes autoritarios o carismáticos, tradiciones puras, nacionalismos chauvinistas y fundamentalismos religiosos. En este intercambio de fuerzas globales, el argumento de "somos la mayoría" sigue ejerciendo un notable influjo en el proceso de globalización, si bien se proclaman los derechos de las minorías.

Las posibilidades abiertas al diálogo intercultural e interreligioso, en busca de un sentido compartido de ciudadanía mundial y de comunión universal son inmensas, si sabemos discernir las bondades que nos ofrece este cambio de escala de nuestra experiencia respecto del globo como único hogar de la humanidad.

Las instituciones eclesiales no están exentas de estos influjos del entorno, que se hace sentir a través de las múltiples transacciones en la vida comunitaria y apostólica, directamente o a través de múltiples medios. Cada vez son más plurales las familias de las que proceden los candidatos a la vida sacerdotal y religiosa, los viajes y las misiones han intensificado el cruzamiento de los miembros, los intercambios apostólicos y los programas de acción abarcan espacios regionales y continentales y los mismos sistemas tecnológicos, que penetran la malla de las relaciones institucionales, nos hacen sentirnos cada vez más como una comunidad universal. Esta tensión entre lo mundial y lo local, que marca la globalización, puede ser o bien un cáncer de disolución o la gran oportunidad histórica del cristianismo. Y otro tanto cabe decir de las congregaciones e instituciones religiosas.

De la estabilidad y seguridad de unas tradiciones protegidas, transitamos hacia los espacios competitivos e inciertos de los supermercados religiosos

Sea que perteneciéramos a una parroquia o congregación religiosa, o sea que estuviéramos afiliados a una visión política cristiana, nos sentíamos relativamente seguros transitando el siglo XX frente a un mundo amenazado por la creciente secularización. Todavía durante el Concilio Vaticano II el reto mayor del planeta parecía ser la apuesta del ateísmo. Una vez que, finalizando el siglo XX, se derrumbó el mundo comunista -al menos europeo- nos reconfortamos pensando que no había llegado el fin de las religiones. Al contrario, hay una eflorescencia religiosa y espiritual, que por unos ha sido definida como un retorno de los brujos y por otros como una revancha de los dioses y un reencantamiento del mundo (Kepel, 1991). Pero esta vuelta hacia lo sagrado se ha realizado en el marco de un mundo globalizado, que vive bajo el mito del progreso de las comunicaciones y de la ideología del mercado, en que priva los valores del productivismo industrial y la búsqueda hedonista como criterios supremos (Mardones, 1997). En esta nueva etapa, que sigue al ritmo de los procesos de urbanización y difusión tecnológica, el politeísmo de los valores entra también en el juego de la oferta y demanda del libre mercado. La misma variedad de teologías, que puede enriquecer y fecundar a las Iglesias locales y a través de ellas a la Iglesia universal, corre el riesgo de banalizar la fe común, al entrar en el choque de la opinión pública, tal como alertara el Cardenal Ratzinger. Frente al criterio histórico que segmentaba geográficamente los espacios religiosos ("cuius regio eius religio"), hoy todas las religiones entran competitivamente en el autoservicio ("self-service") de las cibersociedades. La regla suprema es la de la experimentación en búsqueda de satisfacciones hedonistas y placenteras. Las mismas religiones entran a formar parte de la cibercultura ofreciendo sus ventajas competitivas en la búsqueda de consolación, paz, armonía personal, satisfacciones narcisísticas, encuentros de tercer tipo o nirvanas, salivaciones extraterrestres o ultraterrenas, recurriendo a todos los medios tradicionales y modernos. El repunte de la

milagrería y el sensacionalismo, asociado a las experiencias extraordinarias y místicas, cuenta hoy con un caldo de cultivo excepcional, ya que las rutinas y el sacrificio no ofrecen gancho para seducir a las masas. En cualquier caso, la pregunta por el rumbo histórico o la indagación por los grandes proyectos -metarelatos religiosos e ideológico-políticos- ha decaído en favor de los menús, recetarios y dispositivos para resolver los problemas diarios o salir de las rutinas cotidianas.

De esta forma, a la incertidumbre de las creencias religiosas en un mundo pluralista, le sigue la inconsistencia de unas ofertas religiosas, que aparecen como productos intercambiables y desechables. Obvia decir que esta dinámica favorece la inconsistencia en los compromisos, la baja en las fidelidades y, en fin, en la asunción del sentido del deber (Mardones, 1988; Lipovetsky, 1994).

Esta nueva cultura mercantilizada opera a través de las múltiples seducciones de la cultura de masas, combinando la fascinación por lo nuevo, la variedad de estimulaciones, el atractivo por el entretenimiento (Aguirre, 1999). Su penetración no se debe solamente al hecho de que opera por todos los medios de comunicación de una manera insisiva y continua, sino que además induce determinados valores y gustos, que se asocian también a predisposiciones espirituales.

La ideología de fondo en este supermercado mundial, que corre velozmente por las autopistas electrónicas, al decir de Mardones se puede sintetizar en tres reglas simples:

1/ La felicidad está condicionada a la obtención y consumo de los bienes que se pueden obtener y consumir en este mercado inacabable. Todo funciona bajo la ley de la oferta y la demanda, según el criterio de la atención al cliente. Se trafica indistintamente con valores materiales y espirituales y es cuestión de adaptarse a la lógica de un supermercado mundial y politeísta de valores.

2/ Para acceder y participar en este sistema de sensaciones hay que ser competitivos. Explotando al máximo las ventajas comparativas de cada quien, a través de un régimen de disciplina, trabajo y orden, puede lograrse un puesto en la sociedad y conseguir los recursos para gozar de los objetos deseados.

3/ La regla suprema es saber resolverse por sí mismo. Todo esfuerzo por esta vía del individualismo consumista será compensado con el cielo instantáneo y no postergado de la degustación hedonista (Mardones, 1997).

En fin, se trata de conjugar los ingredientes del espíritu conservador del capitalismo con la suficiente flexibilidad ética para saber imponerse y escalar sin escrúpulos. La Iglesia Católica y las instituciones religiosas no pueden aislarse de esta dinámica y, en tanto en cuanto pretenden ubicarse en el espacio público, buscando adherentes sin reducirse a una secta, se ven conminadas a entrar en un campo de ambigüedades, propias de lo que hoy se llama mercadeo social. Un ejemplo típico de esta problemática son las visitas papales, que se ven envueltas en permanentes controversias sobre la mercantilización de lo sagrado (Aguirre, 1996). Las posibilidades contraculturales y proféticas están amenazadas de diluirse en un mundo, que descarta el don gratuito, el silencio meditativo, la solidaridad con los pobres, la sensibilidad por los postergados, que están excluidos fuera del ciberespacio.

La nueva cultura globalizada induce unos nuevos modos de percepción y pensamiento, otros modos de representar la realidad y, en fin, de comunicar el saber y las experiencias humanas y religiosas

Todavía son incipientes los estudios sobre el impacto de la video-cultura y de las tecnologías de la inteligencia en las nuevas formas perceptivas, pero ya algunos autores, como el discípulo de Mac Luhan, Derrick de Kerckhove o Pierre Lévy apuntan la hipótesis de que tras el tiempo del espíritu de la oralidad primaria, y de la escrita, pasamos a la de la oralidad informática.

En la religiosidad tradicional y en la popular todavía predomina la comunicación oral o ritual de las experiencias. El catecismo de preguntas y respuestas, las recitaciones y los cantos eran el modelo típico. Las élites religiosas a su vez se formaron en cambio en la cultura del libro, y la "lectio" bajo sus diversas formas ("lectio magistralis", "lectio divina") mantuvieron su hegemonía desde el renacimiento hasta mediado el siglo XX, tanto en la educación como en la difusión. ¿Se imaginan ustedes una escuela sin textos o una ciudad sin periódicos?

Pero hoy imperceptiblemente vamos entrando a la oralidad secundaria de la informática. El conocimiento por simulación, que se va imponiendo en las autopistas de la información, supone unos nuevos géneros de saber que surgen con una ecología cognitiva informatizada, en la que apenas han entrado las tradiciones religiosas, reducidas a la oralidad o al texto escrito sin las innovaciones del hipertexto y de las interfaces dinámicas (Lévy, 1990; Kerckhove, 1997).

Según el principio macluhaniano de que "el medio es el mensaje" se van generalizando ciertas disposiciones perceptivas, que afectan también a nuestras disposiciones espirituales. En una forma sumaria, hoy vemos cómo se preferencian determinados tipos de experiencia caracterizadas por la fugacidad, la simplificación y la espectacularización:

1/ La consigna clásica pagana del "carpe diem" conjuga perfectamente con la búsqueda de satisfacciones fugaces y el atractivo del "zapping" consumista. El vértigo de las imágenes de los video-clip es una excelente metáfora de este cultivo de las impresiones instantáneas y de las experiencias efímeras. No le falta razón a Kerckhove cuando habla del cambio de piel que implica esta cultura y de los impactos subcutáneos de los estímulos electrónicos. La ecología del ritmo sonoro parece desplazar el gusto por el silencio o el paréntesis para la reflexión.

2/ El posible caos de percepciones se resuelve por el recurso a las fórmulas simplificadas y modelos estandarizados para facilitar la absorción en una ecología sobresaturada de información. La crítica generalizada de los teóricos de la Escuela de Frankfurt respecto de las sensaciones prefabricadas y los esquemas imaginativos, hoy sigue teniendo más vigencia que nunca (Adorno y Horkheimer, 1974). La inmensa vorágine de sensaciones es licuada para ofrecer una cultura tan digestiva como las hamburguesas o las papas fritas. La comunicabilidad está en función de la fácil absorción y de la exportabilidad estandarizada de los productos y servicios. Las fórmulas del spot y del eslogan o los iconos de las marcas, resumen la morfología de esta cultura sintética y trepidante.

3/ La necesidad de mantener la atención de los consumidores impone un régimen de reciclamiento y renovación de todas las experiencias humanas. La espectacularización

de todos los dramas humanos, el desnudamiento exhibicionista de los problemas personales, la explotación de la violencia y el sufrimiento, la extralimitación de los sentimientos, siguen incrementando el umbral de impacto de las emociones humanas, a la vez que trivializan los fenómenos más dignos de respeto. Todas las emociones, desde las más sagradas de la Eucaristía en el Vaticano hasta las más seculares de los estadios olímpicos, pasan con igual rango por la vitrina de la atención de las masas, que se sirven de un espectáculo permanente y sincrético a lo largo de los días, sin solución de continuidad.

El predominio de la experiencia emocional interior, la degustación de sensaciones espirituales y la disponibilidad de técnicas psicocorporales o psicotécnicas, abre el campo para la comercialización de las experiencias religiosas. Todo, desde los objetos religiosos, los ángeles protectores, las apariciones y raptos, la mántica de los sueños, el tarot, la astrología y los cultos más siniestros, se prestan para reciclarse en esta programación que me gusta denominar con el nombre de la "cultura flash". Como todo es intercambiable en función del impacto instantáneo, nada tiene de extraño que nos encontremos afirmaciones como la de este universitario mexicano que declara: "podemos optar por el budismo el lunes, el yen el martes, el sufismo el miércoles y tener libre el resto de la semana" (Luengo, 1993: 262).

Cabe, sin embargo, hacer una observación en torno a esta cultura transnacionalizada por los nuevos sistemas de comunicación. En los países en desarrollo tienden a adoptarse, en primer lugar, los bienes sobre todo técnico-civilizatorios, produciendo desequilibrios sociales y desenganches culturales. El desarrollo desigual del impacto de la cultura globalizada, se debe en algunos casos a la hibridación y en otros a la diferenciación de nichos. Téngase en cuenta, por ejemplo, que mientras en EE.UU. el acceso a Internet -el dispositivo básico del ciberespacio- está disponibles para el 40% de los hogares, en Europa apenas alcanza al 20%, y en América Latina, estamos por debajo del 1%.

Los modos culturales y estilos de vida, propuestos globalmente, llegan con ritmos desiguales y son mediatizados por los circuitos y códigos locales y, en este sentido, cabe hablar más exactamente de una "glocalización" -globalización localizada- de las experiencias. De ahí la consigna gerencial de pensar globalmente y actuar localmente.

A nivel de la Iglesia, sin dejarnos obnubilar por la prédica de la aldea global, debemos ser conscientes de las múltiples formas de inculturación, que responden a las diversas mediaciones de las matrices culturales donde se negocian los intercambios (Martín Barbero, 1987).

Por otra parte, en esta dinámica de globalización, se están constituyendo nuevas culturas diferenciadas, que responden no solamente a espacios geográficos, etnoculturales o a estratos sociales, sino también a cortes transversales identificados por razones de género (movimientos feministas...), de marginalidad social (homosexuales, enfermos de Sida...) o de diferenciación etaria (subcultura juvenil...). La atención a todos estos nuevos signos es perentoria para la Iglesia que entra al umbral del Tercer Milenio, si desea conservar su hábito profético y no perderse en el supermercado de las experiencias desechables.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Jesuita, Comunicador Social, miembro del Consejo de Redacción SIC y del Equipo de Comunicación.