
LA RELIGIÓN COMO CULTURA MATERIAL. SOCIO-GÉNESIS DE LOS CIRCUITOS EDITORIALES EN EL MUNDO CATÓLICO Y EVANGÉLICO

Joaquín Algranti

Universidad de Buenos Aires – Argentina

Resumen: *El presente artículo se focaliza en el estudio de la cultura material de la religión, a través del análisis de los espacios de producción de bienes culturales en los circuitos católicos y evangélicos. Nuestro trabajo se encuentra focalizado en la génesis y desarrollo del complejo editorial, explorando el vínculo que se establece entre la religión y la economía. Para ello llevamos adelante entrevistas en profundidad y análisis de documentos de las principales editoriales religiosas de la Argentina.*

Palabras claves: *complejo editorial, cultura material, economía, religión.*

Abstract: *The aim of the article is to study the material culture of religion, by analyzing the realms of cultural goods production within the Catholic and evangelical worlds. The research is focused on the genesis and development of publishing companies, exploring the relation between religion and economy. In order to do this we carried out in-depth interviews and document analysis of the main religious publishing companies in Argentina..*

Keywords: *economy, material culture, publishing companies, religion.*

Introducción: tres registros en el estudio de la cultura y el mundo económico

A la luz de los textos clásicos del materialismo histórico, es posible encontrar fuertes correspondencias entre la producción de imágenes religiosas y la producción de mercancías. En un sentido, ambas esferas suponen ubicarse en el centro mismo de inversión de la realidad. Dicho en otros términos, implica colocarse en un terreno en donde las relaciones sociales adquieren, tal vez,

el mayor grado de opacidad producto del desdoblamiento de las formas simbólicas y los objetos materiales. Aislados de sus condiciones de producción, dioses y mercancías aparecen dotados de voluntad propia independientemente del medio en el que surgen mientras se les atribuye rasgos humanos como deseos, necesidades, sentimientos y potencias.

El instrumental teórico que pone en juego la crítica materialista de las imágenes espiritualizadas –tanto de la religión como del mundo económico– apunta a explicitar y restituir las determinaciones sociales que las moldean en sus génesis, pero también en sus dinámicas habituales. Aplicada genéricamente al campo de producción cultural dentro del capitalismo, esta perspectiva contribuyó, a través de la Escuela de Frankfurt, a comprender el efecto de la industria y los medios técnicos en los bienes culturales. En un primer momento, la filosofía crítica construye un registro orientado a contrastar los productos del “espíritu” desde los más altos a los más bajos, desde los sistemas de pensamiento y las artes hasta los comerciales de la radio, con sus condiciones de producción, inseparables de la división del trabajo, el desarrollo técnico, la especialización, la estructura mercantil y la orientación al consumo de masas.

Desde otra perspectiva, la sociología también reconoce el problema de la opacidad e inversión de los objetos culturales, pero su enfoque es diferente. Aquí la mirada está puesta en espacios delimitados de producción simbólica como la literatura, el arte, la política, la religión o la ciencia. Se trata de objetivar a los agentes y a la estructura de relaciones, competencias y alianzas, que establecen entre sí, indagando en los procesos históricos a través de los cuales se conquista la autonomía de estos dominios, pero sin perder de vista su articulación con otros espacios de la sociedad (Bourdieu, 2003; Williams, 1994). A su vez, el consumo de objetos emerge como un poderoso indicador de la posición de los actores en la estructura social. De esta forma, el registro de la sociología aborda a las formas espiritualizadas con las que se concibe a la cultura, sus genios y creadores *ex nihilo*, a través de la explicitación de sus condiciones de emergencia, la historia de sus instituciones, sus figuras destacadas y el lento proceso de construcción de las creencias que las sostienen.

Por último, podemos señalar brevemente en esta introducción el aporte de la antropología. Aquí el ejercicio de clarificación recae sobre el universo de prácticas y significados que agrupa la idea de consumo, arrancándola de los reduccionismos utilitaristas de la acción racional y las imágenes normativas que la restringen al puro hedonismo. Por el contrario, las mercancías,

abordadas en sus usos como marcas y señales de la cultura, o sea, como un sistema de comunicación en movimiento, ofrecen un ámbito privilegiado para estudiar los procesos en los que se construyen, clasifican y estabilizan sentidos (Douglas; Isherwood, 1990), en donde las compras pueden ser analizadas como una práctica ritual vinculada al sacrificio y al amor (Miller, 1999). El registro etnográfico contribuye a desmitificar las visiones mecanicistas del consumo, recuperando la dimensión activa de los agentes en la producción de significados a partir del mundo de los bienes materiales.

En América Latina,¹ específicamente en la academia brasilera y argentina, el estudio de la cultura material propia de la religión, recupera los aportes de los tres registros mencionados con un mayor énfasis en los últimos dos—el de la sociología y la antropología—. Por ejemplo, los trabajos de Jungblut (2007), Pinheiro (2004; 2008) y Araújo (1996), hacen foco en las estrategias de proselitismo y resignificación de las culturas juveniles, a través del análisis del mercado de producción cultural del mundo evangélico. Dentro de la academia argentina, las investigaciones que más se acercan a esta línea de estudio corresponden a los artículos de Semán (Semán, 2006; Semán; Gallo, 2008) en torno al pentecostalismo y el “rock chabón” y las tesis de Dujovne, vinculada al análisis de las editoriales judías, así como la tesis en curso de Mosqueira sobre las subculturas juveniles en el neo-pentecostalismo. Retomando este campo de estudio todavía en formación, el objetivo del presente artículo consiste en explorar la cultura material del universo religioso a partir del análisis de editoriales católicas y evangélicas. El trabajo se basa en una investigación exploratoria en torno a los circuitos de producción y distribución de las editoriales de ambos credos. Para ello, se llevaron adelante entrevistas en profundidad y análisis de documentos en distintas instituciones (Paulinas, Certeza, Peniel y Kairós). Ahora bien, antes de concentrarnos en la reconstrucción histórica del espacio de relaciones del mundo editorial, con sus cadenas de interdependencias y oportunidades de prestigio, es preciso introducir nuevamente el problema epistemológico de la opacidad de los objetos de estudio para desmarcarnos, esta vez, de los reduccionismos o “zonceras”, que atraviesan el punto de encuentro entre la economía y la religión.

¹ En la academia norteamericana podemos mencionar los trabajos de Burdick (2009), Dowd (2000) y Roscigno (2002) que ofrecen una caracterización del mercado de producción musical y su relación con los procesos de construcción identitaria de las minorías religiosas.

Observaciones epistemológicas: sobre el problema de las *zonceras*

La captación sociológica de los condicionamientos objetivos que actúan en el flujo de la vida cotidiana –es decir, en las prácticas situadas, así como en los sistemas de pensamiento y clasificación subyacentes– depende del diálogo e intercambio con el sentido común. Este se expresa en términos generales de dos formas: 1) como conocimiento en estado práctico, o sea, creencias, representaciones, símbolos, saberes, etiquetas y marcos de referencia que orientan la acción y que, como sostiene el pragmatismo, son verdaderos porque existen, tienen utilidad, y no porque descansen en una esencia anterior a la experiencia; 2) como formas de pensamiento y juicios de valor sobre la realidad social, en donde se moldean y circulan discursos que ordenan el entorno, ofreciendo explicaciones articuladas de distintos dominios de la sociedad. Ambos niveles, cuya distinción tajante es de orden analítico más que empírico, producen un juego de luces y sombras que la sociología crítica, objetiva y retoma en el proceso de construcción de una lectura de segundo grado sobre los problemas sociales. Siguiendo este razonamiento, nos interesa concentrarnos aquí en el último nivel de expresión del sentido común, retomando los aportes valiosos de Arturo Jauretche a las ciencias sociales de la Argentina. Uno de ellos, tal vez el más importante en términos epistemológicos, es el problema que denomina con la expresión coloquial de “zonceras” (*besteira*), expresión esta que se refiere al modo como el sentido común se coagula, tanto en las reflexiones cotidianas espontáneas como en los altos dominios de la cultura. Las zonceras son formas de razonamiento falsas o espurias, producto de la incorporación de premisas extrañas a las cuestiones analizadas; su equivalente lógico son los sofismas, que Jauretche (2003, p. 12) retoma de Jeremy Bentham. Los axiomas externos funcionan como premisas implícitas, como supuestos; son el punto ciego del razonamiento que no se pone en cuestión, es la ausencia que estructura los discursos orientando las conclusiones de un debate en una dirección específica o, mejor dicho, en la dirección que el analista cree, siente o intuye, que es la correcta. Más que una estrategia de argumentación, dice Jauretche, es la conclusión del sofisma hecha sentencia, sustituyendo el debate o ejercicio de problematización de los argumentos por un dogma previo que acota deliberadamente el alcance de las preguntas. Como trampas del pensamiento, las zonceras, también dependen del medio en el que surgen, de los

hábitos y prácticas en las que se encarnan, de los discursos que la refuerzan y del sujeto de la enunciación.

La lección de Jauretche para la sociología y el problema de la opacidad no se agotan en el reconocimiento de la existencia abstracta de zonceras, sino que avanzan hacia una caracterización precisa –fundada en el revisionismo histórico– del modo en que éstas se expresan en la sociedad argentina. Nos interesa retener tan sólo una de ellas, la primera y más arquetípica de sus análisis, para introducir después nuestro argumento sobre su alcance en los estudios de religión que se preguntan por las disposiciones de católicos y evangélicos frente al mundo económico. La zoncera a la que nos referimos aparece bajo la anti-gua antinomia de Civilización y Barbarie,² intelectualmente expresada por la “Generación del 37” a través de figuras emblemáticas como Sarmiento (Terán, 2008, p. 61-62). Esta zoncera, que encuentra entre sus padres fundadores a toda una línea de próceres argentinos –pensemos, por ejemplo, en Rivadavia y Mitre– forma parte de la idiosincrasia del país y se expresa en las dos formas del sentido común mencionadas anteriormente, como conocimiento en estado práctico y como sistemas de pensamiento y juicios de valor. La opacidad del mundo social descansa en parte en el desconocimiento o la no explicitación del medio cultural del que surgen los discursos que se pretenden explicativos de la realidad.

Por eso, cuando la sociología de la religión se propone estudiar la presencia del protestantismo en América Latina debe arreglar cuentas con un conjunto de prenociones que cargan al objeto y que, en la medida en que no se explicitan, o sea, que no se exponen su génesis, su estructura lógica y su alcance, corren el riesgo de transformarse en zonceras, silencios u omisiones

² La antinomia de civilización y barbarie sintetiza una concepción de país que surge durante el proceso de consolidación de la Argentina como Estado Nación durante la segunda mitad del siglo XIX. Perteneció, en un principio al movimiento intelectual de la “Generación del 37” y a la oligarquía gobernante que logra reconvertir sus intereses de grupo en el destino de la nación, fuertemente ligado a la dependencia con los centros de poder europeos, sobre todo a Inglaterra. La idea, como explica Jauretche (2003, p. 23), era construir *Europa en América*; por eso “Todo hecho propio, por serlo, era bárbaro, y todo hecho ajeno, importado, por serlo, era civilizado. Civilizar consistió, pues, en desnacionalizar”. El “mesianismo al revés” consistía en promover el destino de grandeza nacional a partir de la negación autodenigratoria de lo existente. Desde la perspectiva de una historia de las ideas, Oscar Terán (2008, p. 61-91) logra ampliar el juego de oposiciones que se establecen en esta matriz de pensamiento a través del análisis de la obra de Sarmiento, el *Facundo*. Allí, en diálogo con Ana María Barrenechea, identifica nuevas aristas y matices de la distinción entre civilización y barbarie.

del discurso que guían la mirada del investigador, como intentamos señalar en otro trabajo (Algranti, 2009, p. 67-70). En este sentido la antinomia de Civilización y Barbarie tiende a expresarse de manera sublimada en cuatro premisas anteriores al análisis. La primera, consiste en un acuerdo tácito sobre el subdesarrollo de América Latina, no sólo en términos de atraso económico y fragilidad institucional, sino también y especialmente en términos culturales, medidos siempre a través de un juego de comparaciones con el desarrollo “autogenerado” de los países centrales y sus pautas de conducta. La segunda, refiere a una caracterización implícita del catolicismo como anti-moderno en dos sentidos complementarios: por un lado, en tanto continuador de prácticas tradicionales de corte caudillista, corporativa y clientelares que se traducen políticamente en populismos autoritarios; por el otro lado, como obstáculo a la secularización, es decir, a la división de poderes de la primera modernidad que restringiría la influencia de la iglesia en las instituciones públicas. La tercera premisa plantea una homología latente entre católicos y neo-pentecostales, mediada por una continuidad de clase que los igualaría como expresiones religiosas de los sectores populares, o sea, como religiones que, por ser de los pobres, reproducen sus prácticas y estrategias. Por último, la cuarta, sobredetermina a las otras tres al integrarlas retroactivamente dentro de una aplicación mecánica, o mejor dicho idealista, de la hipótesis de Weber sobre la influencia de las imágenes religiosas como elementos formativos de hábitos y disposiciones económicas afines al desarrollo del capitalismo. Los protestantes históricos serían portadores de orientaciones de conductas racionales, civilizadoras en sus efectos, capaces de contribuir a la modernización postergada de la región, transformando el paisaje cultural. Es por eso que ya Alberdi, otra figura central de la “Generación del 37”, en la segunda mitad del siglo XIX, apostaba en la *pedagogía de las cosas*, como observa Terán (2008, p. 95); esto es, en la capacidad de los inmigrantes europeos de introducir; por medio de los hábitos incorporados, usos y costumbres; un nuevo *ethos* europeizante en la región. Estas premisas, nacidas de una “zoncera de autoridad” cuya historia se remonta y se entremezcla con las narrativas nacionales, suelen ser omisiones del discurso, casi nunca se explicitan ni se formulan del modo en que lo hicimos. Si fueran problematizadas a fondo, es decir, puestas en movimiento en sus orígenes y consecuencias, no serían zonceras, sino objetos de estudio, núcleos problemáticos y tópicos de reflexión. En la academia brasilera, existe una tradición interesante de investigadores –pensemos, por

ejemplo, en Willems, Camargo y Muniz de Souza, meticulosamente analizados por Mariano (2006)– que hicieron este trabajo de problematización de las premisas mencionadas durante la década del sesenta, pero este no fue el caso de la Argentina. En esta última, las ciencias sociales de la religión no tuvieron la necesidad de llevar a cabo la misma tarea, tal vez porque sus inicios fueron posteriores. La ventaja fue un rápido vuelco hacia temas novedosos. La desventaja consistió en la persistencia de las pre-nociones referidas, especialmente, en los trabajos a medio camino entre la sociología religiosa y la sociología de la religión.

Llevadas al terreno de la religión y la economía, las zonceras vuelven sobre las premisas fundacionales, produciendo nuevas aplicaciones de la distinción entre civilización y barbarie. Dejando de lado la primera y más obvia, es decir, el supuesto de que los protestantes históricos fueron y son agentes modernizadores, podemos reconocer dos juicios previos al análisis. El primero, y más general, nos dice que la intencionalidad oculta de las prácticas neopentecostales es el enriquecimiento del líder a expensas de una congregación ignorante que se deja encandilar por soluciones y promesas mágicas. Es la dimensión del negocio de las creencias que persigue a los pastores y evangelistas que reúnen multitudes. El segundo refuerza al primero identificando los objetos de consumo religiosos con una mercantilización de la fe que se desdobra en programas, canciones, libros, revistas y películas, y que contribuyen a la sugestión hipnótica del público. Basta leer la caracterización pomposa que emprende Roland Barthes (2003, p. 100-104) en su *Mitologías* sobre un culto de Billy Graham –en el velódromo de invierno–, para entender que esta sospecha no es exclusiva del periodismo. El “material clásico de la hipnosis del *music hall*” es utilizado por el evangelista-hipnotizador, cuyo éxito, señala Barthes, manifiesta la fragilidad mental de la pequeña burguesía francesa. Es así que las dos caras de la zoncera económica referidas a los evangélicos se cristalizan en la denuncia de un negocio o estafa del líder a un público incauto y en los medios técnicos de la industria cultural aplicados a la evangelización, como condición de posibilidad para producir un fraude que coloca al creyente en el lugar de un consumidor pasivo. Despejadas, entonces, las zonceras que mistifican el objeto, y a sabiendas de los tres registros mencionados en la introducción, analicemos ahora llanamente, o sea, yendo de lo concreto a lo abstracto, las formas de producción cultural que desarrollan las editoriales religiosas en la Argentina a partir del encuentro entre dos historias.

Hablar de todo cristianamente: la Familia Paulina en la Argentina

La producción y reproducción de una cultura material católica implica distinguir, en un principio, dos universos de artículos religiosos que suelen ir por separado, a pesar de las numerosas superposiciones e intercambios existentes entre ellos. Por un lado, nos encontramos con los circuitos de fabricación, importación y venta de las santerías, las cuales reúnen objetos tales como velas, estampitas, rosarios, imágenes, ornamentos, colgantes, reproducciones, libros, inciensos, elementos de liturgia etc., en su mayoría de raigambre católica aunque muchas de ellas combinan, naturalmente, formas de espiritualidad del tipo *New Age* y Afroamericanas. Por otro lado, surgen los complejos editoriales dedicados a producir libros en el área educativa y pastoral entre otras, incorporando también, en los últimos años, música, tarjetas y DVDs a los productos vendidos en las librerías. En este complejo cultural, un principio básico de clasificación consiste en distinguir a las editoriales que se inscriben en la estructura de la iglesia católica, con sus redes y modelos de autoridad, como la Familia Paulina, de otras que surgen del laicado y mantienen vínculos de referencia con la iglesia. Ambos dominios producen figuraciones diferentes, es decir, entramados de interdependencias en las que se ponen en juego oportunidades de poder y prestigio, posiciones de autoridad y actitudes sociales (Elias, 2006). En los próximos dos apartados nos proponemos trabajar específicamente con Paulinas caracterizando aspectos figuracionales y morfológicos de las editoriales católicas, para establecer después comparaciones con los circuitos de producción cultural evangélicos.

La *Familia Paulina* es una congregación católica cuya misión consiste en anunciar a Cristo y al Evangelio a través de los medios de comunicación social disponibles en cada época, es decir, responder a las exigencias apostólicas del mundo moderno. Su principal fundador y referente es el padre Santiago Alberione, quien, en 1914, inicia la obra que será conocida después como la Sociedad de San Pablo. A la Sociedad de San Pablo, le siguen nuevas órdenes e institutos. Las Hijas de San Pablo, fundada en 1915, representa a la rama femenina de la misión, a la que le sigue, en 1917, el grupo de Cooperadores Paulinos, formado por laicos que comparten la misma tarea. En 1924 fue fundada la congregación de las Pías Discípulas del Divino Maestro, dedicada al apostolado eucarístico, litúrgico y sacerdotal, y en 1938, la de las Hermanas

de Jesús Buen Pastor (Pastorcitas), orientada a la animación de la vida parroquial. En 1956, se funda la orden de las Hermanas del Instituto Reina de los Apóstoles (Apostolinas), al servicio de las vocaciones en la iglesia, y entre 1958 y 1960, se crean cuatro nuevos institutos de vida secular, de laicos consagrados, sacerdotes y familias que comparten los mismos ideales apostólicos. Es interesante señalar que la cadena de interdependencias que construye el modelo congregacional de la iglesia católica supone la creación de instituciones relativamente autónomas entre sí, aunque complementarias en la tarea de producción de bienes simbólicos, dentro de la prensa, el cine, la televisión, la radio y la producción discográfica. El punto de partida de la complementariedad de las órdenes consiste en la división del trabajo y la especialización diferencial. Las Pastorcitas y las Apostolinas trabajan hacia el interior de la Iglesia, en las parroquias y a favor de las vocaciones sacerdotales; ya Cooperadores Paulinos, aporta en términos espirituales, apostólicos y económicos, incluyendo especialistas, técnicos e incluso autores de libros, mientras que los laicos consagrados contribuyen a la evangelización desde la “secularidad”, llevando adelante la misión paulina en el mundo, en la familia, la escuela y los ambientes de trabajo. En la figuración de la Familia Paulina, como un entramado de relaciones dedicado a la producción de bienes simbólicos, la Sociedad de San Pablo y las Hijas de San Pablo poseen una posición dominante y son las dos instituciones que, en tanto editoriales, compiten en el mercado, como empresas obligadas a reproducir sus condiciones de existencia. Cuentan, por supuesto, con las ventajas comparativas de las organizaciones religiosas: la ausencia de una ganancia privada, el trabajo vocacional, las colaboraciones y donaciones de laicos, el prestigio eclesiástico, un cuerpo de saberes y conocimientos especializados de la iglesia en materia de producción de libros y la demanda focalizada de un sector del mercado, como, por ejemplo, las escuelas confesionales. Llegan formalmente a la Argentina en 1931, a través de la figura del padre Sebastián Trosso y con la misión de evangelizar mediante la prensa. Antes de adentrarnos en los aspectos morfológicos de Paulinas, nos interesa señalar tres características de las figuraciones católicas que intervienen en su forma de producción cultural. La cadena extendida de interdependencias en la que se inscriben las dos editoriales se caracteriza por: 1) una división especializada del trabajo en cuatro institutos: un movimiento laico, dos editoriales y tres comunidades de hermanas, siendo todos ellos relativamente autónomos entre sí; 2) la posibilidad de circulación interna de recursos (profesionales,

saberes, capacitaciones, estrategias productivas, donaciones etc.) y 3) la estructura jerárquica de autoridad en donde los votos de obediencia, castidad y pobreza moldean fuertemente los perfiles laborales anteponiendo un modelo de carrera religioso a un modelo profesional. Veamos en el próximo apartado los aspectos morfológicos de la *Asociación Hijas de San Pablo*.

Monjas, novicias y laicos: la rama femenina del mundo editorial

Las editoriales pertenecientes al conjunto de congregaciones que reúne la Familia Paulina se fundan en Buenos Aires a partir de la década de 1930, bajo la lógica de la misión religiosa, no de la empresa capitalista. En ambas modalidades existe el sentido de la inversión, el riesgo, la apuesta, el conocimiento experto y la profesionalización, pero el hecho de inscribirse en un entramado social de gran escala marca una diferencia distintiva. El mundo Paulino contribuye a moderar o intensificar los efectos cambiantes del espacio de producción editorial de la Argentina, el cual ya empezaba a definir a sus agentes internos. Las figuraciones católicas, compuestas aquí por institutos, grupos laicos, editoriales y comunidades de hermanas ofrecen mayor estabilidad y un ritmo de variación más lento para la producción de libros religiosos. Por eso, los cambios no se expresan, en primera instancia, a nivel de la Familia Paulina, sino en la dimensión morfológica de las editoriales, a partir de variaciones en la composición de sus miembros. Avancemos sobre este punto.

La orden Hijas de San Pablo es una congregación de hermanas dentro de la Familia Paulina. Tomando como eje al grado de involucramiento con la institución y ejercicio de funciones internas, podemos identificar tres posiciones variables de los sujetos que trabajan en esta empresa. Existe, en primer lugar, un grupo mayoritario de miembros *periféricos* compuesto por laicos, dedicados fundamentalmente a las librerías y al trabajo administrativo, y por monjas en formación que circulan por todas las áreas editoriales desde la evangelización hasta el *marketing*, pasando por la producción y las ventas. La hermana Virginia, encargada del área de promoción de Paulinas, identifica las instancias formativas de la congregación.

Nosotras tenemos etapas. Aspirantado, Postulantado, Noviciado, Juniorado y Hermanas de perpetuo. Mi Aspirantado fue aquí en Buenos Aires, sirve para conocer un poco como es la vida, también ir conociendo la espiritualidad, la

misión, es todo un proceso, es como si fuera un noviazgo, ¿no? Yo considero esto. Después del Aspirantado que es la primera etapa, si yo estoy, si me gusta y si también las hermanas me ven que tengo los dones, la cualidad... entonces, yo tengo que pedir la otra etapa, que es el Postulantado y Postulantado quiere decir que yo me estoy postulando a algo. Y después el Noviciado ya es en la puerta de ser hermana, es pertenecer a la congregación en definitiva.

El proceso de profesionalización religiosa –que supone la instrucción en aspectos humanísticos, teológicos y congregacionales así como el posterior reconocimiento colectivo y la pertenencia institucional–, puede ser dividido analíticamente en dos etapas. El Aspirantado y el Postulantado, en tanto instancias introductorias orientadas a sondear la vocación religiosa del aspirante, son incluidas dentro de la periferia de la congregación junto a los laicos. En cambio, desde el Noviciado hasta los votos perpetuos de obediencia, castidad y pobreza, se trata de la etapa más fuerte de formación en donde el aspirante deja las posiciones periféricas y pasa a ocupar los cuadros medios de la congregación; entra en un periodo de margen como señalaba Van Gennep (1984, p. 112-113) al estudiar el noviciado que las separa del mundo secular, pero todavía no las agrega completamente a la comunidad religiosa. Aquí, con la circulación interna en las áreas de producción, distribución y ventas de Paulinas, el aspirante se afianza en las tareas específicas del complejo editorial, desarrolla aptitudes diferenciales y participa de espacios de capacitación. “Con los votos perpetuos estás plenamente en el compromiso de la institución”, afirma la directora general de Paulinas, la Hna. Ana María, y el aspirante puede ser considerado sociológicamente ya como miembro del núcleo duro de la comunidad, es decir, cuenta con el sostén financiero de la institución, con su respaldo simbólico, con el reconocimiento de los pares, desempeña funciones internas, participa de una carrera religiosa y responde a la superiora en primera instancia y a la jerarquía eclesiástica en general. La disposición religiosa del *núcleo duro* se plasma también en una *hexis* corporal y en la imagen de sí que proyectan los profesionales de la religión como sujetos apartados del mundo. A su vez, implica distinguir entre los dos polos de un eje de tensiones que atraviesa a las congregaciones católicas, y que priorizan la vida activa sobre la contemplativa y se desempeña en medios comerciales: se trata de la tensión entre el compromiso profesional y el compromiso religioso. La directora de Paulinas establece las prioridades entre ambos planos, evitando confusiones.

Primero hay que ver si tenés vocación o no porque no es un cargo profesional, para nosotros es una vocación y es una pertenencia sobre todo a Jesucristo. Entonces, es un ideal del tipo religioso que está ligado a un compromiso profesional. Es una vocación, es una invitación y es una invitación del tipo espiritual, no es profesional. Esta invitación del tipo espiritual trae aparejada una tarea profesional, [...] para nosotros lo importante es la pertenencia vocacional, lo que se hace es secundario.

Entre el “hacer” y el “pertenecer” pueden existir contradicciones sino se reconoce la preeminencia de la vocación, o sea de la carrera religiosa sobre el desarrollo profesional, especialmente del núcleo duro y los cuadros en ascenso. Esta tensión se radicaliza cuando las congregaciones participan activamente de ámbitos seculares y sus miembros se ven inducidos a reunir las aptitudes, destrezas y disposiciones del medio. En base a las posiciones de sujeto que componen las formas de pertenencia y compromiso con Paulinas podemos identificar, a grandes rasgos, las etapas morfológicas que la institución se va dando en el tiempo. Los cambios internos responden a tres vectores de transformación relacionados a: 1) la ampliación de nuevas sedes en todo el país y Latinoamérica, 2) la diversificación y renovación productiva con el surgimiento de nuevos soportes comunicacionales y 3) el declive de las vocaciones hacia el interior de la iglesia. La primera etapa de Paulinas transcurre entre 1936 y 1952, desde la llegada de las misioneras italianas hasta la creación de la agencia de películas *San Pablo Film*.

Antes era como una empresa familiar, cuando nace, que era de la congregación. En primer lugar no había colaboradores laicos, todo lo hacíamos las hermanas y eso ya te marca un estilo definido. (Hna. Ana María).

El estilo definido tiene que ver con que la posición mayoritaria era la del núcleo duro de hermanas, mientras se habilitan espacios de formación y búsqueda de vocaciones para ampliar la comunidad integrando cuadros medios y periféricos a medida que crece la editorial. En este periodo, que coincide con un momento de consolidación de la industria del libro, se establece la sede central de la calle Nazca, se publica *El Buen Ángel*, *Fiat Lux* y a partir de 1941 la revista más importante de Paulinas, *Familia Cristiana* y se crean fundaciones en el interior. También es una etapa de fuerte evangelización y de aprendizaje de oficios, dado que las hermanas participan de todas las

tareas de producción, distribución y venta. La producción de libros, de catequesis y pastorales, ocupa todos los esfuerzos de la congregación. A partir de 1952, se funda San Pablo Film, y morfológicamente se introducen cambios que estabilizan una nueva forma de organización que va a durar hasta 1970. En esta segunda etapa, las transformaciones responden fundamentalmente a la diversificación productiva, con la consecuente capacitación y especialización que esto implica dentro de cualquier industria cultural. Otro vector de cambio consiste en la expansión latinoamericana, constituyendo una red productiva que permite abaratar costos, aumentar la difusión y ofrecer ámbitos externos de entrenamiento. Aquí se produce una nueva ampliación de las posiciones internas en donde el núcleo duro empieza a depender cada vez más de las aspirantes en sus distintas etapas de formación para que realicen tareas especializadas. En este contexto es preciso ampliar los umbrales o zonas de pertenencia de Paulinas como una institución en crecimiento.

Por eso en 1970, ante la multiplicación de actividades y el declive de las vocaciones, se inicia una tercera etapa que se caracteriza por la apertura hacia el laicado. Se buscan e incorporan empleados que sin ser profesionales religiosos “compartan los ideales, las iniciativas, la filosofía de la institución”, como explica la directora. Ellos reciben capacitación y seguimiento de las hermanas y se desempeñan fundamentalmente en los puntos de venta y en el trabajo administrativo, permitiendo que el núcleo duro conserve las tareas directivas en las distintas áreas. Nos encontramos frente a una nueva síntesis entre los dos polos en tensión de la carrera religiosa y la carrera profesional, en donde monjas, novicias y aspirantes pueden focalizarse en la primera sin descuidar las exigencias del medio económico mientras que el laicado encuentra en Paulinas un espacio para el desenvolvimiento profesional en el marco de una misión religiosa que comparten. La apertura va en ascenso generando un cambio en la composición de las posiciones de sujeto debido a que la periferia empieza a ocupar un lugar cada vez más relevante. La extensión y fortaleza de Paulinas, en cuanto industria diversificada que cuentan con una red productiva de carácter internacional y un sector del mercado definido, le permite crecer durante la década del setenta y principios de los ochenta, en un contexto de crisis y desinversión del mundo editorial. El punto de inflexión, llega durante la segunda mitad de la década del ochenta cuando la crisis alcanza su punto más alto con la hiperinflación en 1989. Aquí entramos en una cuarta etapa, que se extiende hasta el presente, durante la cual Paulinas debe responder a

dos obstáculos del mundo económico. Por un lado, la crisis profunda del tipo de cambio (primero en 1989 y luego en el 2001) que dificulta la producción y la compra de insumos en el marco de la pérdida de poder adquisitivo y capacidad de compra de buena parte de la población. Por el otro, durante esta etapa, surgen en algunos casos y se consolidan en otros, editoriales católicas de laicos, es decir, empresas productoras de libros que no funcionan dentro de la estructura de la iglesia, no cuentan con las redes de protección de las figuraciones religiosas de gran escala, pero tampoco con el peso de su estructura a la hora de introducir innovaciones, tomar riesgos y maximizar las ganancias. Editoriales como Bonum, Ágape, Ciudad Nueva, Lumen o Guadalupe, dan cuenta de un medio cada vez más competitivo y exigente y una percepción por parte del sector privado de que el libro católico es redituable. En este contexto, Paulinas, retoma la ventaja comparativa de los vínculos institucionales, que ofrece su entorno. Aumenta la composición de miembros periféricos, laicos que se encargan progresivamente de las librerías del interior. Por eso, en la actualidad posee la misma cantidad de laicos que de hermanas (49 en cada caso), el núcleo duro y la periferia se afianzan mientras que los cuadros medios, es decir, las vocaciones tienden a debilitarse. A nivel productivo, refuerza su participación en el Secretariado Latinoamericano de Apostolado, que es la coordinación de Paulinas a nivel continental, generando políticas y espacios de capacitación colectivos. El trabajo en red se inscribe al mismo tiempo en una política de producción que prioriza a autores nacionales y latinoamericanos. Se construye así un perfil editorial, o sea, un espacio de producción de bienes simbólicos, con rasgos específicos que lo diferencian de los circuitos evangélicos.

Alternancias de la lógica denominacional

Al igual que en el mundo católico, podemos reconocer, a través de los conceptos de Elías, que la sociogénesis del espacio de producción editorial de los evangélicos refiere a la prolongación de las cadenas de interdependencias de las figuraciones religiosas. El contraste radica aquí en la naturaleza de los entramados sociales del que surge la producción de libros. La lógica institucional del protestantismo es la lógica de las denominaciones y es ella la que va a definir el desarrollo histórico de un área productiva que transita por distintas etapas en nuestro país: desde las publicaciones de pequeñas iglesia a la aparición de empresas privadas y el interés de las editoriales no religiosas por

divulgar a los pastores conocidos. Vamos a ver que las figuraciones denominacionales establecen entramados productivos de menor escala que los católicos y, por lo tanto, más sensibles a las crisis, y, al mismo tiempo, dan mayor consistencia a algunas oportunidades generadas por el mercado.

El proceso de prolongación denominacional comienza a principios del siglo XX y sigue un desarrollo paralelo al complejo de las editoriales. Las distintas denominaciones, que venían publicando periódicos, folletos y tratados hacia el interior de la comunidad, empiezan a consolidar editoriales de mayor escala, concebidas como una extensión de las tareas de las iglesias. Como señala Jorge, miembro de la comisión directiva de Certeza, durante la etapa en la prevalece la lógica denominacional:

Todas las denominaciones estaban muy cerradas hacia adentro. Históricamente, la Asociación Bautista de Publicaciones tenían una comisión que se dedicaba a leer los libros de otras editoriales para saber si se podían vender o no, si afectaban o no la sana doctrina de los bautistas... porque la lógica era: nosotros estamos seguros de lo que creemos y lo que creemos está bien y no queremos que venga ninguno de afuera a contaminarnos.

El criterio de “pureza” se va a ir redefiniendo en el tiempo, pero se conserva como un principio de clasificación e identidad de las editoriales. Mientras tanto el espacio de producción de libros evangélicos se encuentra estructurado en base a las figuraciones denominacionales que delimitan ámbitos o islas autónomas de publicación en donde las editoriales aparecen como prolongaciones de los grupos de iglesias organizadas. La Asociación Bautista Argentina de Publicaciones (ABAP), representa, tal vez, el ejemplo paradigmático de un modelo de auge y colapso de la lógica denominacional en la fabricación de bienes culturales. La ABAP es un departamento de la Convención Evangélica Bautista Argentina que surge en 1911; en ese entonces se las denominaban con el término de “juntas”, replicando el modelo de organización norteamericana. Dada la escasez de autores nacionales, la editorial se dedica, en un principio, a las traducciones, mientras avanza en la publicación de libros con un sello propio y en la distribución en todo el mundo de habla hispana. Luego hacia la década del cuarenta se diversificaría temáticamente, produciendo incluso materiales didácticos para niños. Entre 1925 y 1950 la ABAP transita por distintas sedes, sufre la crisis de 1930 y es recién en 1947 que adquiere un

edificio propio y logra asentarse administrativamente. Comienza una etapa de expansión que va desde 1958 hasta 1976, surgen sucursales en el interior del país; además de librerías se crean centros de distribución; se pone en marcha la tarea evangelizadora de “el coche bíblico” y se concentran también a partir de 1965 las oficinas administrativas, directivas y editoriales en un mismo edificio. La ABAP crece en el marco de consolidación del espacio de producción editorial de la Argentina, estableciendo un entramado de relaciones que le permite capitalizar el contexto favorable y reducir los riesgos a través de una red productiva. No obstante, la forma de gobierno no es la de una empresa privada, sino la de una asamblea de la Convención que designa un cuerpo directivo integrado por 24 miembros nombrados cada dos años. El modelo de gobierno asambleario es sin duda más horizontal, representativo y democrático, pero menos ejecutivo a la hora de introducir innovaciones temáticas o productivas. Esto trae problemas a partir de la segunda mitad de la década del ochenta cuando convergen dos coordenadas propias del espacio social de las industrias culturales y de la religión. Con respecto al primero, se trata de una crisis profunda del campo editorial frente a las variaciones del tipo de cambio durante la hiperinflación y la revolución tecnológica que deja obsoletas las formas tradicionales de producción, introduciendo, a su vez, nuevos soportes. En relación al espacio social de las religiones, esta etapa se caracteriza por el crecimiento exponencial del neo-pentecostalismo que transforma el paisaje cultural del mundo evangélico, pentacostalizándolo, lo que se traduce, en nuevas modalidades de consumo y nuevas demandas de bienes culturales.

Después de la época de oro de los 60 y los 70 que se tradujo mucho, que se marcó una línea editorial... Después vino una época muy institucionalizada, muy de seguir estos patrones y se empezaron a publicar cosas que no eran vendibles. En un espíritu de época en el que la denominación es asimilada al Estado, la denominación entró en crisis. La denominación bautista, la organización, de ser una cosa gigantesca ahora quedó algo chico, está luchando por sobrevivir. [...] Vos pensá que en los 80 la ABAP tenía 25 sucursales, o sea, librerías, distribuidas por todo el país. Hoy por hoy no existe más eso porque quebró, porque no pudo sobrevivir la hiperinflación, no pudo sobrevivir el ritmo de libros que se le pedía que importara, la producción. Se hacían producciones con poco criterio. (Jorge).

Las figuraciones denominacionales, en tanto espacio de producción de mercancías, tienden a volverse obsoletas y colapsar durante este periodo. Las

cadena de interdependencia de las iglesias no son lo suficientemente fuertes como para contrarrestar la gravitación de la economía, ni suficientemente ágiles y flexibles para readaptarse a un nuevo contexto productivo. A su vez, la clausura denominacional no les permite reconocer la proyección del neo-pentecostalismo con la consecuente ampliación de un mercado evangélico dispuesto a consumir literatura cristiana sobre el “avivamiento”. Comienza entonces una etapa distinta, caracterizada por el debilitamiento de las figuraciones denominacionales y la consolidación de editoras laicas que funcionan como empresas privadas, sin responder directamente a una iglesia o a una convención.

“El olor de las ovejas”: nuevos perfiles editoriales

Desde el punto de vista de las figuraciones religiosas, la crisis de la lógica denominacional sumada al crecimiento del neo-pentecostalismo, lleva a una reacomodación del mundo de los productores de bienes culturales, los cuales deben reposicionarse ante los cambios emergentes. Desde el punto de vista de la economía también se trata de un periodo de fuerte inestabilidad que impacta en la industria del libro en todas sus ramas y especialidades. De esta forma, la convergencia histórica de ambos procesos se expresa en una diversificación de las editoriales evangélicas y el surgimiento de perfiles distintos de productores. Veamos a continuación los aspectos morfológicos de *Certeza Argentina* y el modo en que se distingue de otras posiciones del mundo editorial.

En un principio, la editorial *Certeza* surge como una prolongación del movimiento estudiantil cristiano de la Argentina –pero con vínculos internacionales–, que ya desde fines de la década del cincuenta se había propuesto crear espacios de evangelización en las universidades, a través de grupos de estudio de la Biblia y en dialogo con otros saberes, como las ciencias sociales y la filosofía. Su fundación se lleva a cabo en 1967 y, si bien surge del movimiento estudiantil, ambos se articulan como dos organizaciones diferentes, aunque la diferenciación es relativamente débil. El núcleo duro de la editorial, es decir, la comisión directiva, compuesta por laicos (estudiantes, profesionales y asesores) fuertemente comprometidos con sus iglesias, tiene como máxima autoridad durante un periodo al director del movimiento estudiantil. A su vez, en término de producción logran diferenciarse de la oferta de la ABAP y de la Casa Bautista, al publicar libros de corte académico.

Certeza funciona en toda la cadena del libro evangélico como editorial, distribuidora y librería, trabajando para un perfil de creyente universitario, pastores y líderes, es decir, el núcleo duro y los cuadros medios de las iglesias interesados en la argumentación académica de la fe y la comprensión de los textos bíblicos. En sintonía con el espíritu de su tiempo, esta etapa se caracteriza por la dominancia de la lógica religiosa sobre la empresarial y se expresa morfológicamente a través de una presencia fuerte del movimiento estudiantil en la comisión directiva. Las posiciones intermedias y periféricas son ocupadas por laicos y en algunos casos por misioneros de otros países. La tensión entre la carrera profesional y la carrera religiosa, como dos polos a veces contrapuestos que estructuran el espacio de producción de bienes culturales, se resuelve a favor de un predominio de esta última bajo la lógica de “Nosotros tenemos lo que hace falta, que lo vengamos a buscar” (Jorge). La impronta del movimiento universitario que se apoya en la autonomía relativa que ofrecen los circuitos de financiamiento y apoyo internacional conjuga una estructura pesada de organización con el distanciamiento de las demandas cambiantes del mercado y la reticencia a ampliar el perfil de sus ediciones hacia una literatura de testimonio, cercana al avivamiento neo-pentecostal de la época. Hacia mediados de la década del ochenta, en un contexto de crisis del mundo de las editoriales seculares y religiosas, Certeza quiebra y requiere una intervención externa del movimiento norteamericano para solucionar problemas económicos y legales. Se cumple nuevamente la ley de las figuraciones evangélicas, que no son lo suficientemente fuertes y herméticas como para mantenerse ajenas al mercado, ni todo lo flexible que deberían ser para adaptarse a los vaivenes y los ciclos de la economía. Sin embargo, el entramado religioso permite una refundación de la editorial, esta vez con el nombre de Certeza Argentina, hacia 1984.

De a poco de los 90 para acá, ya se deja de apuntar tanto al libro sólido académicamente para argumentar tu fe y eso porque el estudiante cristiano de ahora tiene otras necesidades, otras perspectivas y no es económicamente viable publicar esos libros. Y Certeza también se abre a lo carismático. [...] es toda una fuente de tensión porque el movimiento estudiantil quisiera que Certeza publicara más libros de los académicos, de lo que era el movimiento denominacional, o sea, libros que tienen que ver con necesidades propias del movimiento estudiantil y Certeza adoptó una lógica más empresarial. (Jorge).

La lógica empresarial no supone, en este caso, desentenderse por completo de las cadenas de interdependencias religiosas, dadas las ventajas comparativas que estas ofrecen a la hora de producir objetos de consumo. De hecho, Certeza cuenta en esta etapa, por ejemplo, con el respaldo de una agencia misionera de Australia, la que le envía un diseñador gráfico, con el objeto de profesionalizar la editorial y volcarla hacia el mercado, renovando las pautas de diseño en función de una visión más amplia de los potenciales consumidores. También participa de *Letra Viva* una red de editoriales cristianas de Latinoamérica, que funciona desde 1994, como un espacio conjunto de capacitación, abaratamiento de costos y difusión de materiales. Capacitarse empresarialmente implica pensar más en el mercado, diversificarse hacia lo carismático, cambiar los patrones de diseño, incorporar otros objetos como la regalería cristiana y la música, contratar nuevas personas en las áreas de distribución, producción y librería; en fin, implica una reconversión de las aspiraciones del movimiento universitario en el núcleo duro de la comisión directiva, en donde el perfil estrictamente religioso y denominacional, dedicado a los libros de estudio, deja de ser central. Certeza Argentina habita una posición interestructural en el espacio de producción de bienes culturales evangélicos, a medio camino entre las figuraciones religiosas, con sus redes, agencias, circuitos de formaciones y financiamiento, y las figuraciones estrictamente económicas en donde priman las leyes de la oferta y la demanda, la competencia entre pares y la necesidad imperiosa de reproducir y ampliar las condiciones de existencia. La producción de mercancías espirituales depende del equilibrio dinámico que se establezca entre dos lógicas, en principio, excluyentes. En este sentido es posible reconocer marcadas diferencias en relación a otros perfiles editoriales, como es el caso de la fundación *Kairos* y de *Peniel*.

En el primer caso, por ejemplo, nos encontramos con una editorial que funciona articuladamente con un instituto educativo denominado CETI (Centro de Estudios Teológicos Interdisciplinarios), un Centro para retiros, celebraciones y encuentros y un área de Ministerios Comunitarios. Cuenta con una estructura de 20 personas distribuidas en diferentes departamentos interrelacionados, en donde la producción de libros se combina con los espacios de formación y trabajo comunitario. La editorial Kairos surge en 1987, aunque su historia comienza antes en 1976, en el marco de la Comunidad Internacional de Estudiantes Evangélicos. De hecho, René Padilla, su fundador, fue el último director de Certeza durante la quiebra a principios de los ochenta. Él

representaba, según nuestros informantes, la impronta más denominacional y distanciada de las urgencias del mundo económico y, por ese motivo, expuesta también a la crisis y el colapso de esa modalidad productiva. En Kairós, logra desarrollar la perspectiva teológica de la misión integral:

René es una persona que tiene una sensibilidad muy especial, por los que sufren, por los pequeños, por los olvidados, o sea, todas esas personas que la sociedad no las mira o el sistema puede sobrevivir sin ellas, no las necesita o que el sistema dice, estaría bien que estos quedaran afuera así tenemos más ganancia. Y él tiene un aporte que ha sido sistematizar teológicamente todo eso, además ha sabido vincularse con otros escritores y teólogos de mucho talento también, gente que comparte esa sensibilidad... (Abel, gerente de marketing).

Las condiciones de posibilidad para la especialización temática recaen, en parte, en la participación dentro de las redes externas de financiamiento que ofrecen las agencias internacionales en base al capital social de su director. Esto se traduce en una cadena de interdependencias religiosas que le otorga cierta autonomía para producir textos especializados que “levanten el mensaje de los profetas”, como dice Abel, sobre la justicia social y el rol de la iglesia en el mundo. Dentro del sistema de clasificación evangélico, la línea “profética” de la misión integral, con sus estudios bíblicos y bases teológicas, se encuentra en las antípodas de la línea “carismática”, que retoma una literatura de testimonio y divulgación en sintonía con el neo-pentecostalismo. Por eso ambos temas pertenecen a distintos circuitos de producción, es decir, al circuito restringido y ampliado respectivamente. Kairos produce una síntesis entre la lógica religiosa y la empresarial que cae del lado de una producción de libros temáticamente especializados, en donde los subsidios le permiten anteponer su visión y contenidos teológicos a las demandas del mercado.

El caso opuesto es el de la editorial probablemente más importante del mundo evangélico en la actualidad: nos referimos a Peniel. Ella nace como una pequeña librería de Lanús, en 1986. Pese a que sus dueños pertenecen a la iglesia *El Puente*, del pastor Ibarra, en Quilmes, la librería surge por fuera de las figuraciones religiosas como una empresa privada con sus riesgos, apuestas y ganancias. La lógica empresarial supone un sistema ejecutivo de toma de decisiones, una estructura relativamente chica y flexible en términos de personal y la necesidad de una reproducción ampliada de sus condiciones de

existencia para responder a un medio competitivo. Por eso, Peniel desarrolla estrategias agresivas de venta a través de libros subsidiados que les permite posicionarse rápidamente en el espacio de producción de bienes culturales. En 1986, funciona como una librería cristiana, hacia 1990 ya trabaja como distribuidora y en 1994 comienza a traducir y publicar libros con sello propio, completando así la cadena productiva. Morfológicamente, se encuentra organizada en departamentos, siguiendo las áreas señaladas, en donde se desempeñan empleados laicos. A su vez, Peniel desarrolla una política editorial focalizada fundamentalmente en el avivamiento evangélico, es decir, en lo carismático, con libros sobre testimonios, liderazgo, prosperidad, sanidad, etc. Firman un convenio de distribución con la editorial Vida, en la actualidad perteneciente al grupo económico Zondervan, a través del cual logran acceder al mercado hispano en Estados Unidos y a toda América Latina. La estrategia productiva consiste en traducir los *best seller* de grandes editoriales extranjeras, como Unilit, Caribe-Betania y Vida, entre otras, y traerlos a la Argentina. De esta forma, intentan reducir los riesgos y maximizar las ganancias, contribuyendo indirectamente al imperialismo cultural de un mercado de libros colonizado por autores extranjeros. Las urgencias y presiones del mundo económico gravitan directamente sobre Peniel sin las mediaciones de los entramados religiosos, capaces de dotar de cierta autonomía a los complejos editoriales. Aquí se crean oportunidades de poder y de prestigio que logran capitalizar a su favor, interpretando las coordenadas estructurales del mundo evangélico. Al hablar del crecimiento del consumo, Omar Daldi, uno de sus dueños de Peniel, reconoce tres razones internamente relacionadas entre sí:

[...] número uno, porque el crecimiento de la iglesia en cuanto al número ha sido significativo desde el año 80 en adelante ¿verdad? Entonces, el crecimiento ya es otro y la demanda es otra, primero, número uno. La segunda, es que una persona que lee un libro quiere leer otro y se produce un hábito de lectura. Y lo tercero es que ahí si entra el factor iglesia, el factor congregarse cada domingo y todo lo demás. [...] Ese camino crea un hábito de lectura, entonces, en el hábito de lectura surge este crecimiento por número. (Omar).

Crecimiento numérico, hábito de lectura e inscripción institucional, son los tres vectores que explican, para Omar, el auge del libro evangélico. Peniel lee estos cambios y dirige sus tres áreas productivas, es decir, la librería, la

distribuidora y la editorial, en dirección a la demanda de los creyentes, incorporando complementariamente en sus puntos de venta música, películas y regalería cristiana. De hecho, el “olor de las ovejas” también es reconocido por editoriales y sellos discográficos del “mundo” que empiezan a publicar a pastores de mega-iglesias.

[...] esta gente como Stamateas, como Carnival, como Mraida, esta gente que fueron publicados por Sudamericana, Vergara y todos ellos, esta gente tiene olor a la oveja, a la gente con la cual se relaciona. Esta toda las semanas hablándoles dos o tres veces... ¿quién mejor para entender la problemática de lo que les pasa a las personas que un pastor que tiene una iglesia más o menos grande y en la cual está todo el día en relación con ellos? (Omar).

Las grandes congregaciones, son en sí mismas, pequeños mercados que justifican el riesgo y la apuesta de una inversión editorial. Es aquí donde el espacio ampliado de producción de bienes simbólicos del mundo evangélicos traspasa las fronteras religiosas y participa de los circuitos seculares de venta y difusión, instalando nuevos productos que refuerzan la cultura material de la religión.

Consideraciones finales

Las organizaciones religiosas se construyen, desdoblan y mantiene en el tiempo a través de una cultura material, es decir, a partir de un universo más o menos estable de objetos de consumo y referencia producidos, en un principio, por las iglesias o por extensiones de ellas y luego adoptado también por otros agentes laicos. Dentro de las mercancías culturales del mundo católico y evangélico, el libro ocupa un lugar destacado en los espacios de producción de bienes simbólicos. Por eso, el objetivo del artículo fue delimitar históricamente la socio-génesis y dinámica de los complejos editoriales. De esta forma, esperamos responder, aunque sea en parte, al problema de la opacidad que atraviesa al encuentro entre religión y economía. Esta se expresa especialmente en los evangélicos, cuando son abordados desde las zonceras que cargan al objeto con la sospecha implícita de un negocio o una estafa que emprende el pastor frente a su comunidad, utilizando los medios técnicos de las industrias culturales para pergeñar el fraude. Por el contrario, nuestro enfoque hace

blanco en el origen, los cambios y los perfiles novedosos de los productores de libros en tanto soporte de la cultura material católica y evangélica. Para concluir, resumamos comparativamente los argumentos desarrollados.

Como pudimos ver, la Asociación Hijas de San Pablo, al igual que la Sociedad de San Pablo, son las dos principales editoriales y complejos de multimedios católicos de nuestro país. Ambos se desprenden de las cadenas de interdependencia de gran escala, es decir, de la figuración religiosa que propone la Iglesia a través de las congregaciones, institutos y movimientos laicales reunidos en torno a la Familia Paulina. La pertenencia a esta figuración contribuye fuertemente a la estabilidad de las editoriales y su continuidad en el tiempo, a través de un entramado de relaciones que se expresa a nivel Latinoamericano y también en las redes nacionales que conectan la producción de libros con su consumo en las escuelas católicas y espacios formativos. La función mediadora de esta red contribuye a dosificar la gravitación del mercado, y como vimos también de las crisis institucionales, en la producción, distribución y venta de libros. Se logra así una cierta autonomía respecto de los vaivenes económicos, con la desventaja natural que supone una estructura pesada, con sus jerarquías y procedimientos oficiales, a la hora de introducir innovaciones sensibles a los cambios en las demandas. Ahora bien, los procesos sociales no sólo cristalizan en figuraciones de gran escala, que cuentan con un tiempo y ritmo propio de variación relativamente pausado. Los procesos también se materializan en formas de organizaciones dinámicas y cambiantes que adoptan una morfología determinada. En este sentido, la editorial transita un pasaje desde una comunidad religiosa de hermanas, en donde el núcleo duro interviene en todas las tareas, a una ampliación, primero, hacia cuadros medios de aspirantes y novicias y una apertura después a los sectores periféricos, mayoritariamente de laicos. Se afianzan así dos tipos de perfiles de trabajo, a veces superpuestos, con su trayectoria y carrera diferenciada. Por un lado el perfil religioso, vocacional, profesionalizado en tareas productivas, pero en el marco de los votos perpetuos que canalizan la carrera dentro de oportunidades de prestigio y *status* que ofrece la Iglesia, desplazando a la ganancia económica como fundamento motivacional de la acción. Por el otro, el perfil profesional de los laicos, que pueden tener motivaciones económicas, pero las desempeñan en un medio religioso que les exige como condición de pertenencia compartir los ideales de Paulinas, moderando tanto las aspiraciones de ganancia como las posibilidades de crecimiento. Por eso, no es de extrañar

que la competencia más férrea con la que tiene que lidiar en esta última etapa provenga justamente de editoriales católicas laicas, fundadas en algunos casos por ex-miembros, que habiendo aprendido el oficio y el potencial de libro religioso, deciden proyectarse por fuera de la iglesia en los dominios más inciertos, pero también potencialmente más redituables de la empresa privada.

Por su parte, el complejo de las editoriales evangélicas, surge incluso antes que la Familia Paulinas como una extensión de la lógica denominacional; el ejemplo paradigmático de esta modalidad de producción es la ABAP. Aquí no se propone una estructura de autoridad jerárquica como en el catolicismo, las figuraciones religiosas trasladan el modelo asambleario como sistema horizontal y participativo de toma de decisiones, que funciona en un contexto de auge del mundo editorial y le otorga cierta estabilidad frente a las crisis institucionales y las transformaciones económicas. Sin embargo, la estructura pesada y poco ejecutiva de la organización, sumada a una política editorial denominacionalmente fragmentada, de espaldas a la renovación evangélica del neo-pentecostalismo, lleva a una crisis profunda de esta industria. Su entramado de relaciones no es lo suficientemente integrado y extendido —a diferencia de los católicos— y es por eso que no logra sortear los cambios del mercado ni adaptarse a la renovación del mundo evangélico. En términos morfológicos, el orden denominacional supone un predominio de la lógica religiosa en el núcleo duro de laicos y pastores, subordinando los criterios empresariales a una visión restringida, pura, del libro evangélico. A nivel de las tareas laborales, la carrera religiosa y la carrera profesional no constituyen polos, por momentos, antagónicos, como ocurre con las hermanas de la comunidad Paulina. Los circuitos evangélicos de producción cultural admiten trasposos y circulaciones desde el momento en que laicos y profesionales de la religión pueden desempeñar las mismas funciones directivas. A mediados de la década del ochenta comienza el declive de la lógica denominacional y se configuran distintas posiciones que surgen del encuentro entre las figuraciones religiosas y económicas. Por ejemplo, Kairos representa un perfil productivo que potencia sus redes dentro del mundo evangélico para obtener cierta independencia respecto al mercado y publicar, así, materiales sobre misión integral en un circuito restringido que prioriza a teólogos y especialistas sobre las demandas de los creyentes periféricos; Certeza habita una posición intermedia entre la pureza del libro especializado y los temas pastorales y de vida cotidianas que consumen la mayoría de los fieles. En este sentido, capitaliza las

ventajas productivas, financieras y de capacitación de los entramados religiosos, pero los direcciona hacia el mercado, sin abandonar las necesidades del movimiento estudiantil. Por último, Peniel, en tanto empresa privada, gravita fundamentalmente en el circuito ampliado del mundo económico, bajo una lógica comercial, ejecutiva y flexible que desplaza a las cadenas de interdependencias religiosas para explotar al máximo las oportunidades de poder, prestigio, diversificación y crecimiento que ofrece los vaivenes del mercado. La publicación dominante de *best seller* extranjeros, como un vector distintivo que diferencia al complejo editorial evangélico del católico, se encuentra relacionada en parte a la necesidad de vender para subsistir.

La socio-génesis y dinámica del complejo editorial, se construye a fuerza de producir una síntesis entre el mundo económico y el religioso, combinando las oportunidades cambiantes del mercado con las estrategias y recursos de los entramados eclesiásticos, para conservarse institucionalmente en el tiempo. La cultura material de las religiones depende en parte del modo en que resuelva su relación con las formas productivas del capitalismo, fabricando a gran escala bienes que sean de salvación y al mismo tiempo de consumo.

Referencias

ALGRANTI, J. Auge, decadencia y “espectralidad” del paradigma modernizador. Viejos y nuevos problemas en el estudio del pentecostalismo en América Latina. In: STEIL, C. A.; MARTIN, E.; CAMURCA, M. (Coord.). *Religiones y culturas: perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: Biblos, 2009. p. 57-89.

ARAÚJO, S. Louvor, música popular e moda evangélica no Rio de Janeiro: utilização de músicas tradicionais em determinado contexto de globalização. *Trans*, n. 2, 1996. Disponible en: <<http://www.sibetrans.com/trans/a275/louvor-musica-popular-e-mdia-evangelica-no-rio-de-janeiro-utilizacao-de-musicas-tradicionais-em-um-determinado-contexto-de-globalizacao>>. Acceso: 20 feb. 2011.

BARTHES, R. *Mitológicas*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2003.

BOURDIEU, P. *Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura*. Córdoba: Aurelia Rivera, 2003.

BURDICK, J. Collective identity and racial thought in Sao Paulo's black gospel music scene. *Music and Art in Action*, v. 1, Issue 2, p. 16-29, 2009.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*. México D.F: Grijalbo, 1990.

DOWD, T. J. Musical diversity and the US mainstream recording market, 1955-1990. *Rassegna Italiana di Sociologia*, v. 41, p. 223-263, 2000.

ELIAS, N. *Sociología fundamental*. Barcelona: Gedisa, 2006.

JAURETCHE, A. *Manual de zonceras argentinas*. Buenos Aires: El Corregidor, 2003.

JUNGBLUT, A. L. A salvação pelo rock: sobre a “cena underground” dos jovens evangélicos no Brasil. *Religião e Sociedade*, v. 27, n. 2, p. 144-162, 2007.

MARIANO, R. Brasil: balanço da teoria sociológica clássica sobre o crescimento pentecostal no Brasil. In: CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE RELIGIÓN Y ETNICIDAD DEL ALER, 11., 2006, San Pablo. *Actas...* São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006. 1 CDROM.

MILLER, D. *Ir de compras: una teoría*. México D.F: Siglo XXI, 1999.

PINHEIRO, M. L. Música, religião e cor – uma leitura da produção de black music gospel. *Religião e Sociedade*, v. 27, n. 2, p. 163-180, 2007.

ROSCIGNO, V. J. Music, culture, and social movements: song and Southern textile worker mobilization 1929-1934. *International Journal of Sociology and Social Policy*, v. 22, Part 1/3, p. 141-174, 2002

SEMÁN, P. El pentecostalismo y el “rock chabón” en las transformaciones de la cultura popular. In: MIGUEZ, D.; SEMÁN, P. (Comp.). *Entre santos, cumbias y piquetes: las culturas populares en la Argentina reciente*. Buenos Aires: Biblos, 2006. p. 197-216.

SEMÁN, P. ; GALLO, G. Rescate y sus consecuencias. Cultura y religión: solo en singular. *Ciencias Sociales y Religión*, v. 10, n. 10, p. 73-94, 2008.

TERÁN, O. *Historia de las ideas en la Argentina: diez lecciones iniciales, 1810-1980*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2008.

VAN GENNEP A. Vírgenes y prostitutas sagradas. In: VAN GENNEP, A. *Los ritos de paso*. Madrid: Taurus, 1984. p. 111-113.

WILLIAMS, R. *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós, 1994.

Recibido em: 26/02/2011

Aprovado em: 14/09/2011