

# LA IMAGEN, EL CUERPO Y LAS MERCANCÍAS EN LOS PROCESOS DE TRANSLOCALIZACIÓN RELIGIOSA EN LA ERA GLOBAL

*Renée de la Torre*  
*Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología*  
*Social (CIESAS) de Occidente - México*

*En memoria de José María Mardones†*

**Resumen.** En el mundo contemporáneo un rasgo que caracteriza la cultura de sus habitantes es la movilidad territorial, que provoca que las culturas, y entre ellas las religiones, modifiquen sus modos de arraigo, desdibujado y haciendo flexibles las raíces territoriales, y revalorando la unidad corporal como el locus privilegiado de anclaje de la experiencia religiosa. Un fenómeno en boga es la translocalización y la relocalización de las religiosidades tradicionales. La comprensión de esta dinámica exige revisar los postulados conceptuales sobre experiencia religiosa, cuerpo, ritual y espacio.

**Palabras-clave:** Globalización, pentecostalismo, esoterismo, nativismos, New Age y religiones seculares.

**Abstract.** A characteristic in the contemporary world culture is territorial mobility which causes, within and among cultures, that religions modify their ways of being implanted by fading and making flexible their territorial roots and thus, reassessing the corporal unit as the privileged locus of religious experience. A modern phenomenon is translocalization and relocalization of traditional religions. Comprehension of these dynamics demands us to review the conceptual postulates of religious experience, body, ritual and space.

**Keywords:** Globalization, Pentecostalism, esoteric, nativism, New Age and secular religions.

La religiosidad popular latinoamericana se encuentra hoy dinamizada por las movi­lidades que día a día producen nuevos contactos entre culturas cada vez más distantes. Estas movi­lidades, están mediadas por los efectos

polarizadores del neoliberalismo económico, por las tecnologías de comunicación y por las industrias culturales que se proyectan a escala mundial. Un principal rasgo de la posmodernidad es la globalización, cuyos flujos acortan las distancias entre-culturales, y crean nuevos hibridismos inter-culturales, ya sea mediante los flujos migratorios campo-ciudad o Sur-Norte; o por los flujos masivos del turismo cultural que oferta las tradiciones religiosas como exótico y esotérico, o a través de la circulación de bienes culturales (vía las mercancías) que son puestas a disposición por industrias mundiales; o por la intensa difusión global de mensajes en los medios electrónicos de comunicación; o por las novedosas formas de contactar y tejer redes en la urdimbre del internet, e incluso por la circulación mundial de agentes cosmopolitas que recorren las redes New Age en búsqueda de nuevas experiencias de lo sagrado y de la vivencia espiritual, tejiendo circuitos que conectan a las culturas tradicionales y populares con redes globales.

Estas dinámicas producen efectos de transversalización, mediante el flujo de bienes y significados de la cultura “global” que atraviesa desde distintos puntos a las culturas fijas a sus territorios locales y a las formas de organización tradicionales de las religiosidades nativas y populares. Al mismo tiempo, el proceso de transversalización conecta a estas culturas con redes dinámicas y con extensión y alcances nacionales, continentales e incluso globales. Produciendo un doble efecto de relocalización de lo global y de translocalización de lo local.

La relocalización de lo global se refiere a que en el contexto de la globalización, elementos simbólicos circulan «libremente» por circuitos mercantiles y tecnologías de la comunicación, a la vez que los buscadores espirituales constantemente encuentran asidero y legitimación de sus menús creyentes mediante procesos de relocalización y reanclaje en las religiones tradicionales o populares capaces de proporcionar linaje y memoria, símbolos de arraigo emotivo y pertenencia territorial. Estos actores cosmopolitas buscan continuidad en la discontinuidad. Y es en esta búsqueda de situar lo inestable donde el cuerpo recupera un sentido estratégico para el reanclaje de las culturas e identidades de la posmodernidad. Por ello, es necesario observar los procesos en que las identidades se corporalizan (embodiment), creando raíces en movimiento, es decir atendiendo las formas contemporáneas en que el individuo construye sus maneras de representarse el estar-en-el-mundo (Csordas, 1990, p.147).

La relocalización transversaliza las prácticas locales y las conecta con circuitos y redes globales, resignifican los usos y maneras de experimentar la

religiosidad popular y conforman nuevos hibridismos religiosos, producto de la interacción entre las culturas populares (magia, santería, nativismo, paganismo, espiritismo, aparicionismo, limpiezas, etc.) y las culturas de la sobre modernidad (orientalismos o “neoindianismos”, pseudo-ciencia, tecnología de la información y cultura de masas, ancestralidades ficcionalizadas, neo magia y neo esoteria, técnicas terapéuticas y de superación personal, contacto con extraterrestres, etcétera). También de manera opuesta, son capaces de inventar rescates puristas de las tradiciones valoradas como las más antiguas y auténticas.

La translocalización de las culturas desenraíza los símbolos, actores y prácticas de sus contextos territoriales, culturales, raciales o étnicos ya sea porque los pone en circulación a través de redes que los extraen más allá de sus contextos locales y nacionales; o porque los transplanta en otros lugares. Si hasta hace algunos años la etnicidades estaban inevitablemente inmersas en el territorio, y eran capaces de establecer fronteras nítidas entre lo propio y lo ajeno, y lo cercano y lo lejano (Hall, 1991), hoy se reformulan y se reinventan en territorios lejanos, en nuevos cuerpos y en culturas contrastantes. Las maneras actuales de localizar las identidades religiosas operan menos ligadas al territorio, a las instituciones, a los factores biológicos como la raza, y emergen localizaciones alternativas, como son la locación global (multinacional), la locación virtual (en la web), la locación cósmica (ejemplo en New Age), e interior (espiritualidad subjetivizada) (Barker, 2006).

Hace algunos años, los antropólogos optaban por el estudio de las genealogías para establecer claramente la cadena que concatenaba a una cultura con su origen y sus vías de transmisión: Hoy, cuando la memoria depende más del deseo, que del acto de recordar el pasado, las etnicidades se encuentran dinamizadas por la invención de linajes imaginarios.

Este proceso tiene una afectación directa en las religiones tradicionales (sean nativistas, indígenas, africanas, populares, tradiciones locales, folklore nacional). Por ejemplo, la reinención de lo indio como figura mítica descorporalizada y mitificada (Gallinier y Moilinié, 2006); la transformación del chamanismo en neo-chamanismo urbano (Sarrazin, 2006), la transformación de los conocimientos mágico-populares en hibridismos neo-esotéricos y New Age (De la Torre, 2006).

En síntesis la dinámica de la globalización cultural es transversal y favorece por un lado a las desterritorializaciones, pues como lo advirtió Jesús Martín Barbero, en un mundo, cada vez más estrecho, y a la vez cada vez más interconectado, la articulación intercultural favorece tanto a la descen-

tralización del poder (político y económico); como a la desterritorialización que hibrida culturas (Martín Barbero, 2003, p. 22). Por otro lado, el proceso de reterritorialización implica también “una producción de discursos sobre los orígenes que permiten reanclar lo que ha sido desterritorializado, en nuevos espacios, sean reales o simbólicos” (Capone, 2004, p. 11). Para Stefania Capone sería un error suponer que las culturas transplantadas en distintos territorios, lejanos y diversos, pierdan su capacidad de producción de discursos esencialistas, antes bien, los reivindica para lograr su nueva adaptación y, lejos de perder sus raíces, las multiplican y las desplazan a otros territorios.

En este sentido, la identidad contemporánea se construye tanto por pertenencia (como colectivo institucionalizado con matriz socio-territorial), como por referencia a marcos de producción y distribución simbólica global (comunidades místicas o imaginarias, nuevas tribus urbanas, estilos de vida influenciados por modelos de consumo, comunidades emotivas, religiosidades a la carta, o redes virtuales de distinta índole, etc.) (Giménez, 1993). Esto constituye un nuevo reto para el estudio de las identidades contemporáneas, y en específico de las identificaciones religiosas, pues significa atender de manera simultánea y en interacción los marcos de identidades de pertenencia con los registros referenciales de las nuevas identificaciones, y las nuevas identidades que dicha interacción produce. Para ello se requiere una mirada transversal, que atienda simultáneamente y en interacción: “La cadena de las filiaciones y la trama de las afiliaciones” (Ibáñez, 1990, p. 12).

Dado que la cultura global y las locales interactúan cotidianamente, este intercambio produce los efectos de identidad religiosa más diversos y contrastantes. Tanto aquellos que gestan los hibridismos entre espiritualidades de oriente y occidente, o mezclas duras entre filosofías esotéricas y concepciones pseudo científicas (me refiero a todo aquello que nombramos como “neo...”, debido a que no tenemos mejores términos para comprender los cambios). En este ensayo presentaré una reflexión sobre los posibles efectos que la movilidad cultural y religiosa, que opera en el contexto de la globalización, está teniendo sobre las prácticas de la religiosidad popular. Esto exige preguntarnos sobre las nuevas locaciones y territorios en donde se localizan las formas de acceder y establecer contacto con lo sagrado, con lo trascendente, con la divinidad, con lo sobrenatural, en síntesis habrá que repensar cuales son los nuevos puntos que trazan las rutas para acceder a los caminos que llevan a la salvación, y en específico, este reto nos conduce a indagar sobre los nuevos asideros de las creencias de la religiosidad con-

temporánea. También se requiere rastrear cuáles son los contenidos y los referentes simbólicos de lo sagrado y de lo trascendente.

### 1) Dónde quedó el objeto de estudio? Cómo abordarlo etnográficamente?

Para quienes estudiamos el fenómeno religioso en el presente, ya no basta con que visitemos los templos y peregrinemos a los santuarios de mayor tradición, sino que tenemos que estar atentos a la religiosidad que se ofrece en la televisión, la radio, o navegar por los sitios que ofrecen nuevas experiencias religiosas en el Internet. El antropólogo de la religiosidad contemporánea requiere convertirse en un viajero, en el aquel que viaja a lo largo y ancho de las redes. Aquel que navega por los chats de internet, El investigador tiene que mantenerse en movimiento continuo para recorrer los itinerarios de consumo de sus sujetos de estudio: centros esotéricos, las tiendas, los malls, los supermercados y las ferias esotéricas. Tiene que visitar no solo templos e iglesias, sino las tiendas, para saber qué se ofrece y qué se consume en el nuevo mercadeo de las creencias y de los caminos para acceder a la trascendencia. Tiene también que hacer las rutas turísticas, para conocer la manera en que se practican las religiosidades contemporáneas, y llegar a los lugares más insospechados donde confluyen los múltiples itinerarios con que se buscan nuevas experiencias de lo sagrado. Tiene también que retornar al oficio del arqueólogo, pero no para reconstruir la historia de sus antiguos habitantes, sino para dar cuenta de las ceremonias de los visitantes que asisten a los centros arqueológicos, a las "rutas sagradas", a los "sitios mágicos" y a los "lugares energéticos" de la naturaleza. Estos lugares, hace unas décadas convertidos en atractivos turísticos, hoy se han transformado en lugares de peregrinación "neo pagana", cuyos congregantes confluyen masivamente en un mismo lugar a un mismo tiempo, para celebrar grupalmente las nuevas ritualidades del New Age, del "neo indianismo"<sup>1</sup>, o del neo chamanismo. Ejemplo de ello son las concentraciones masivas de celebrantes de los solsticios y equinoccios que visitan zonas arqueológicas de mesoamérica para cargar sus cuerpos de energía del sol y de la tierra, para recibir buenas vibras, etc. El antropólogo de la religiosidad contemporánea ya no es el que viaja a una aldea lejana para realizar su estudio de campo, sino que actualmente tiene que mantenerse en un permanente movimiento por los circuitos de distribución de símbolos sagrados y su entrecruce con los

itinerarios de consumo “de los buscadores espirituales”. Por último, habrá que atender las nuevas formas de practicar sentidos colectivos e incluso nuevos comunitarismos trans-territoriales, mediante rituales de la religiosidad contemporánea, para lo cual se requiere estudiar la manera en que se están generando e innovando rituales alternativos, o la manera en que los ritos propios de la religiosidad popular cobran nuevos sentidos.

## 2) El pentecostalismo: una religiosidad globalizada

El tema de la transnacionalización de la religión comprende dos procesos de transformación religiosa. Por un lado se estudia el impacto cultural de las iglesias protestantes de origen anglosajón en el continente Latino Americano (como son Los Testigos de Jehová, las Asambleas de Dios, Los mormones, los adventistas, y las iglesias evangélicas o pentecostales). La acción misionera de dichas iglesias ha tenido alcances internacionales que han logrado un crecimiento impresionante a partir de la década de los setentas. Originalmente fue definida por distintos sociólogos de la religión como una estrategia de colonización y de imperialismo cultural y religioso sobre América Latina. Mediante esta concepción, la protestantización o pentecostalización del continente se veía como una amenaza cultural que debilitaría, sustituiría y terminaría por destruir las identidades tradicionales y locales. Hoy, André Marin habla de la reevangelización que las religiones africanas pentecostales están conduciendo hacia el mundo occidental.

Esto sucede porque muchas de las iglesias evangélicas se han ido reculturalizando, e incluso etnicizando (Bastian, 2004) y han echado raíces en América Latina. Además, podemos mencionar un buen número de iglesias multinacionales de origen latinoamericano, entre ellas destacan las iglesias Universal del Reino de Dios de origen brasileño (Corten, Donzon y Oro, 2003) y La Luz del Mundo de origen mexicano (De la Torre, 2000). Las teorías contemporáneas que explican la internacionalización de la religión señalan que lejos estamos de una estandarización u homogenización de la religión, más bien atestiguamos un panorama marcado por la diversidad del campo religioso, en el cual las contribuciones globales se combinan y negocian constantemente con las culturas locales.

Una característica esencial del pentecostalismo, y que la diferencia de otras expresiones religiosas, es la centralidad que ocupa el cuerpo, en la oración, la alabanza, el canto y el baile. Es en la vivencia interior, corporalizada,

donde los pentecostales experimentan en carne propia la presencia del Espíritu santo (dones y carismas), o la presencia de demonios (exorcismo). El cuerpo, como ellos mismos promueven, es el templo vivo donde se manifiesta tanto la gracia del Espíritu Santo, que se expresa en sus dones y carismas, como son el poder de hablar en lenguas divinas, la sanción del cuerpo y el espíritu, el exorcismo, la profecía, el entendimiento, etc. Es la vivencia corporalizada, donde se constata la fe en la divinidad, “no creo porque me enseñaron, sino porque lo viví en carne propia”. Es en la experiencia extática donde los sentidos perciben y constatan el poder supremo; pero es también en el cuerpo del creyente donde se anidan las fuerzas del mal que son expulsadas mediante los actos de exorcismo. Como lo señaló Csordas (1990), llorar, reír, sentir calor o dolor, experimentar alegría o paz e incluso perder el sentido y caer al suelo, son actos que se viven subjetivamente, de manera interiorizada pero que están objetivados mediante técnicas corporales, en las cuales se codifican y se reconocen como símbolos del bien o del mal. El pentecostalismo juega un importante papel en la sanación del espíritu y del cuerpo, mediante la sanación por la fe. Para los pentecostales la sanación proviene de Dios, y el individuo y su cuerpo, son los instrumentos de los que el Señor se vale para sanar (Csordas, 1997). Esta creencia, llevada a la vivencia corporal, contribuye a constatar el poder milagroso del espíritu Santo, y a confirmar que cada individuo que recibe sus dones ha sido “el elegido”.

El pentecostalismo se ha coronado como una manifestación de la cultura global, desarrollándose tanto en África, Asia como en América. Originalmente, el pentecostalismo fomentaba una identidad ascética, fundamentalista, que se oponía a la mundanidad de la sociedad capitalista, una religión que creaba nuevas barreras de distinción y distancia con el resto de la sociedad (Lehmann, 1998); sin embargo, recientemente se habla del dinamismo del neopentecostalismo que se caracteriza por su estructuración empresarial neocapitalista, por su teología de la prosperidad, que sintetiza la teodicea en una econodicea, y por el uso intensivo del marketing y de los medios de comunicación a favor de su labor misionera. A la vez que la industria televisiva ha implementado de manera más intensiva el modelo del reality show, las religiones neopentecostales han adoptado también la lógica mediática y sus valores sustentados en el consumo. Esto provoca que las fronteras especializadas entre los campos religiosos y económicos se vean rebasadas y continuamente compenetradas. El neopentecostalismo y las industrias culturales del espectáculo mass mediático son hoy difíciles de diferenciar, comparten mercancías culturales como la música y sus estrellas

de moda, estéticas que equiparan a un evangelizador con el conductor de un programa de televisión; lenguajes que modelan a un testimonio de conversión en “alcanzar un sueño”, asambleas religiosas que hoy son asimiladas como reality show. Cada día son más las ofertas de religiones mediáticas: “iglesias electrónicas”, “tele evangelizadores”, “radio evangelistas”, “religiones y cultos cibernéticos”. Gran parte del éxito misionero de algunas iglesias neo penecostales en América Latina se debe a la instrumentación misionera de los medios electrónicos, pero ellos, en especial la televisión, son hoy en día un terreno de evangelización de la iglesia católica. Los efectos de la mass mediación también están modificando cultos, cada vez más parecidos a los reality shows, a conciertos pop, a espectáculos de masas. El neopentecostalismo contemporáneo no sólo representa un fenómeno global, sino que también se le menciona como la religión de la era posindustrial (Mardones, 2005, p. 104).

### 3) La desterritorialización y la reterritorialización de las religiones nativas.

En América Latina se han mantenido religiones vinculadas con poblaciones nativas y grupos étnicos, cuya identidad y religiosidad antecedieron la conquista o la construcción moderna de las naciones. Estas religiosidades, aunque la mayoría de las veces se practicaban bajo formas sincréticas con el catolicismo popular, habían estado históricamente muy vinculadas con aspectos raciales y con las culturas locales de ciertas poblaciones indígenas o de orígenes africanos. Por ejemplo la Santería de Cuba, el Candomblé de Brasil, la mexicanidad o ritualidad india de México, el vudú de Haití, etc. Incluso estas religiones fueron matriz cultural e identitaria de movimientos nacionalistas, étnicos o raciales. Sin embargo, a partir de los años 50 del siglo pasado fueron reformulados por procesos de estetización ligados con el espectáculo de lo exótico y de intelectualización vinculado a movimientos artísticos y contraculturales que en su momento permitieron desanclar las prácticas de su medio de origen, extendiéndolas a otras capas de las sociedades nacionales (Argyridis y De la Torre, 2007). Estas religiones se han transnacionalizado (existe Candomblé en Argentina, Santería en Miami, París y México, y Mexicanidad en España y en Alemania, por citar algunos casos estudiados) en buena parte debido a los movimientos migratorios y de exilio masivo que hace que los pobladores lleven sus creencias y rituales

a los lugares de destino; pero también se debe a una importación de cultos “exóticos”, que hibridan las religiones nativas, puesto que sus nuevos practicantes ya no son necesariamente los sujetos históricos que mantuvieron esas tradiciones religiosas vinculadas con los valores étnicos, nacionales, clasistas y raciales.

Hoy las culturas nativas, y las religiones “de los antepasados”, están expuestas sea a su exotización o a su neoindianización, ya que “lo étnico ‘puro’ [más nativistas y menos sincrético] se ha vuelto uno de los instrumentos más flexibles de la invención cultural” (Galinié, 2005, p. 9). y por ellos éstas religiones están siendo reconvertidas semióticamente en una fuente de espiritualidad universal, que puede ser equiparable y por tanto combinable, con otras tradiciones culturales, de oriente y occidente, nativistas o pseudocientíficas.

Ejemplo de ello son el indianismo (inca, azteca o maya), o las religiones afro caribeñas que están experimentando procesos intensivos de tanslocalización y relocalización, ya sea por los éxodos poblacionales (por ejemplo los cubanos en Miami o los chicanos en los Ángeles) cuyas culturas y religión adquieren un nuevo carácter de ancestralidad y mistificación al ser transplantadas en nuevos territorios y culturas; o el “neo indigenismo” producto híbrido de la interacción entre las tradiciones indígenas mesoamericanas y el New Age. Este contacto, también ha creado nuevas razas cósmicas, como es el caso de los “hispanecas” (españoles que se autoidentifican como aztecas), que hacen de la mexicanidad una especie de polinización, capaz de volar sin límites para enraizarse en el Viejo Continente y de encarnarse bajo la piel blanca de los europeos.

Cada día son más los mestizos, e incluso los “extranjeros” (por lo general europeos) que danzan y se asumen como aztecas, o que consultan los orichas y se posicionan en una familia ritual del movimiento santero. Anteriormente estas prácticas estaban circunscritas a la santería cubana o el candomblé afro brasileño, y eran concebidas como objetos culturales “afro” valorizados, sin embargo, hoy podemos pensar en la vivencias de africanización que los blancos-europeos e incluso orientales están experimentando mediante su involucramiento ritual en la toca de tambores, en los ritos de iniciación, en la adopción de una familia ritual. Las fronteras biológicas y territoriales que unían a la religiosidad azteca o afro cubana o brasileña con la raza y la cultura nacional han sido traspasadas. Ante esta situación, es común cuestionarse sobre la autenticidad de un alemán, japonés o español que se asume como parte de un linaje azteca y que reivindica ser heredero

de la cultura de “nuestros antepasados” de la raza de bronce. Sin embargo, yo he encontrado que es el cuerpo, resemantizado por narrativas New Age, lo que remite a una nueva manera de reubicar la herencia y pertenencia a un linaje ritual. La danza no sólo es un vivencia de lo sagrado, sino que además es el medio en el que se experimentan conexiones entre el cuerpo del danzante y una identidad cósmica, cuya memoria, que permanecía dormida, es reactivada por el movimiento de la danza, que fue codificado por uno de los máximos exponentes New Age, José Argüelles, como “resonancia vibracional” (De la Torre, 2007). Como lo define Csordas el cuerpo no es sólo una entidad biológica, sino una entidad cultural, desde la cual se estudian las maneras de estar en el mundo. Habrá que estar muy atentos a las maneras en que las identidades cósmicas se anidan y enraízan en los cuerpos, y la vivencia de la generación de conciencia, memoria y pertenencia a una estirpe milenaria que se produce en el ritual. Estas identidades buscan enraizarse mediante el anclaje ritual con la tradición, experiencia compartida y subetivizada, entreteje la pertenencia a una trama histórica-genealógica con la vía emocional que produce la referencia a un linaje imaginario.

Otra mediación mercantilizadora de la religión popular se da mediante la explotación del turismo religioso, místico, o espiritual, que mercantiliza los contextos donde se llevan a cabo los rituales religiosos. El turismo contribuye a “ficcionalizar el mundo”, por ejemplo, los grupos indígenas que más resistencia habían implementado a la cultura occidental, hoy son visitados por los seguidores de las huellas de Carlos Castaneda, y ofrecen rituales místicos y de iniciación a los turistas y los buscadores de experiencias espirituales alternativa, y van transformando su propia herencia y costumbre religiosa en espectáculo para los turistas, ejemplo de ello son los rituales chamánicos, los temascales, los ritos con plantas sagradas alucinógenas, las limpiezas. Muchos de las nuevas recreaciones rituales, están siendo readaptadas por los propios nativos (Augé, 1998).

El New Ager es también un consumidor cosmopolita,<sup>2</sup> un viajero que busca nuevas experiencias, que viaja por el mundo para descubrir los antiguos secretos de las civilizaciones, para vivir nuevas experiencias místicas, para asistir anualmente a un ashram o a un monasterio budista, pero que se hospeda en hoteles con Spa, turismo ecológico o terapéutico.<sup>3</sup> El consumidor New Age se identifica con un estilo de vida alternativo pero sin perder el confort necesario para hacer de su experiencia, una experiencia placentera. La oferta del circuito de consumidores New Age, ofrece una identidad relacionada con un consumo alternativo (natural, placentero,

relajante, espiritual, orientalista, etc.), pero a la vez elitista, en concordancia con un estilo de consumo elevado y sofisticado.

La reinención de rituales ancestrales no sólo es implementada por los neo indígenas, sino también por los miembros tradicionales de los grupos étnicos, que para vender su cultura como turismo “espiritual” están ficcionalizando sus rituales, adaptándolos a la mirada imperial exotizante de los extranjeros. Los ritos nativistas son hoy revalorados como místicos, naturales, ancestrales, mágicos o espirituales. Hoy en día, wicholes, incas, mayas, otomies; chamanes, babalaos y marakames y curanderos están también reconfigurando sus tradiciones, en la medida en que reincorporan como “auténtico” lo que ellos mismos recientemente diseñaron para que el turista extranjero consumiera.

#### 4) Las religiosidades híbridas: el New Age como nuevo ecumene global de la religiosidad contemporánea

La religiosidad o sensibilidad religiosa conocida como New Age o Nueva Era, tiene las características de un nuevo ecumene global, que opera como red planetaria de redes alternativas y de movimientos espirituales. El movimiento New Age se constituye de individuos y grupos autónomos, es extra eclesástico, tiene una concepción holística de la relación entre lo particular y la totalidad, no tiene una doctrina definida, sino que es más bien un conocimiento flexible, difuso y ecuménico. Esta religiosidad, basada en el auto desarrollo individual, en el amor y respeto a la naturaleza, en la creencia en las energías como fuerzas creadoras del universo,<sup>4</sup> fue originalmente una religiosidad o espiritualidad alternativa frente algunos aspectos de la modernidad, como son: la institucionalización, la racionalidad instrumental, la industrialización y la sociedad de consumo.

Las nuevas religiosidades a la carta, privilegian la soberanía individual sobre la regulación social de las iglesias. La diversidad de ofertas espirituales encuentra sentido unitario en los marcos de apropiación individuales. Las creencias trascendentales ya no sólo se adquieren asistiendo a los templos, sino que se pueden conformarse a través de itinerarios de consumo en las tiendas esotéricas y en los centros de desarrollo personal. La religiosidad a la carta, es un menú individualizado de creencias y vivencias, que opera a manera de bricolage: sobre la base de un cristianismo heredado, se puede tomar un poco de filosofía Zen, combinado con el amor y respeto por la

naturaleza, más la práctica diaria de la consulta de oráculos, y el ejercicio de la meditación trascendental. La búsqueda del perfeccionamiento personal, de la introspección individual, es la ruta del encuentro de lo sagrado. La religiosidad Nueva Era promueve una idea holística de universo, donde lo particular se conecta con el todo, donde la especificidad de la experiencia religiosa es equivalente a la totalidad, donde el encuentro con lo divino ya no se da no en la relación de alteridad con un dios distinto y exterior al individuo, sino desde una perspectiva holística donde el individuo forma parte de lo divino y lo experimenta a partir de la auto exploración interior. La New Age es un movimiento utópico, que se plantea transformar el mundo hacia un estado armónico entre sociedad y naturaleza, pero mediante el cambio de conciencia individual. La naturaleza, el hombre, el cosmos y la divinidad se conciben como una totalidad, forman parte de una energía cósmica, de un principio holístico, circular, que desvanece las fronteras de la diferencia.

Uno de los efectos más importantes de la espiritualidad nueva era es su potencialidad terapéutica, mediante la cual los individuos logran el equilibrio interno entre mente, cuerpo y espíritu, y se conectan con el cosmos y la naturaleza. La espiritualidad es la búsqueda de un estado interior de paz que produzca la armonía con el universo, esto se logra mediante ejercicios de relajación (por ejemplo, yoga o la danza), introspección y terapias de reconciliación (ejemplo, constelaciones familiares, meditación e hipnosis), técnicas para equilibrar o armonizar las energías (feng Shui o reiki), nutrición natural (para mantener el cuerpo sano), medicina alternativa (natural, vegetariana y holística); contacto con seres de luz (channeling y contacto angelical), etc..

La terapia para los seguidores del New Age articula la unidad con el todo, el cuerpo con el espíritu, a la salud con la belleza, la conciencia interior con la conciencia universal, la alineación de los chacras corporales con el equilibrios de los flujos de la energía cósmica; la sanación del cuerpo humano en unidad con la madre tierra (entendida como Gaia). El New Age es una religiosidad individualizada, pero a la vez es una religiosidad que promueve la conciencia de habitar el cosmos y la conciencia del ser universal.

## 5) La transversalización de la religión: la industria esotérica y la religiosidad popular

La globalización se hace presente en la circulación de mercancías que forman parte de la oferta denominada como “nebulosa místico esoté-

rica” (Champion, 1995), que funciona mediante consumos selectivos que conforman religiosidades a la carta. Esta cultura del consumo, es puesta en operación por una dinámica de mercantilización de símbolos religiosos, servicios terapéuticos, formulas mágicas, contextos turísticos, conocimientos ancestrales, que contribuye a transversalizar los regímenes de valor entre los contextos culturales y religiosos de donde fueron tomadas, los circuitos de circulación de las mercancías, y los contextos locales en que se consumen usan (Magnani, 1999), y reapropian dichas mercancías como objetos cargados de sentido religioso (sagrado, trascendente o mágico).

Esta nueva red de mercado esotérico ofrece artículos con poderes mágicos o terapéuticos, que provienen de distintas tradiciones religiosas: budistas, hinduistas, esotéricas, brujería, magia blanca, espiritismo, catolicismo popular, cosmovisiones prehispánicas, mancias celtas o africanas, etc. El nuevo esoterismo, ha dejado de ser oculto, y se ha convertido en un exotismo. Aunque comparte el rasgo ecléctico del New Age, se distingue de éste porque no ofrece un nuevo estilo de vivir, sino un patrón de consumo tendiente a encontrar soluciones mágicas a los problemas cotidianos: de salud, de amor, de trabajo, de dinero. La industria neo esotérica funciona mediante una intensa mercantilización de bienes y servicios, cuya circulación se da tanto en establecimientos (formales e informales) como a través de los medios de comunicación. Esta oferta produce nuevos sincretismos con los elementos mágicos religiosos de las culturas populares tradicionales. El “neo esoterismo popular”, está más ligado con una reformulación masiva de las creencias y las prácticas populares ligadas con las creencias mágicas tradicionales: la herbolaria, la magia, el curanderismo, el espiritismo, el catolicismo indígena-popular, y la brujería. Ofrece soluciones mágicas a los problemas vividos (amuletos, talismanes y santos para brindar protección contra el mal de ojo y conseguir un buen trabajo, un spray para invocar espíritus y conseguir el amor del hombre deseado). La distribución y consumo de esta industria se sitúa en los puestos de yerbería de los mercados populares, las tiendas esotéricas de la zona centro de la ciudad, los medios de comunicación masiva, las limpias, los curanderos o brujos tradicionales, la parapsicología, etc.

Hoy varios de los curanderos tradicionales, los chamanes, o brujos han sido cooptados por la industria esotérica y se han integrado al nuevo cuerpo de parapsicólogos, conformados por las industrias mass mediáticas, que ven en el campo esotérico un nuevo mercado a explotar, y que le imprimen un carácter lucrativo (Mora y De la Torre, 2002; De la Torre, 2007).

La llamada “nebulosa esotérica” fue incorporando elementos simbólicos de tradiciones esotéricas, parapsicología, manías de diversas tradiciones, astrología, ciencias ocultas, adivinación y chamanismo de oriente y de occidente, creando una oferta de esoteria universal. Los conocimientos tradicionales ligados a la medicina herbolaria y al catolicismo popular latinoamericano fueron compartiendo lugar con nuevas mercancías traídas de oriente: budas, pentagramas, pirámides egipcias. También se intensificó la venta de artículos mágicos industrializados desde Venezuela o México como son sprays, jabones, esencias, veladoras, que se venden como objetos “cargados” de poder, y que son comprados por los brujos para realizar “trabajos” de “alta magia”, o por los consumidores para protegerse de las “malas vibras” o para generar energía positiva. Así mismo, el lenguaje propio de ciertas terapias orientales fue retomado para explicar prácticas tradicionales, por ejemplo, a las “limpias de mal de ojo”, se les empezó a llamar “protección del bloqueo del aura”, o una limpia era considerada como una alineación de chacras, o los rezos católicos, e incluso la repetición de movimientos dancísticos, son equiparados con los mantras orientales, los malos espíritus se interpretan como energías negativas. La nueva oferta esotérica encontró un espacio de cohabitación con las culturas tradicionales, compartiendo rituales y saberes y conformando nuevos hibridismos en contacto con las prácticas tradicionales y populares de la medicina herbolaria, del espiritismo (la práctica del channelling es muy usada) de la religión católica y de las creencias y las prácticas mágico-religiosas.

La magia neo esotérica es una modalidad de la taumaturgia secular, que dota de potencialidad milagrosa tanto a brujos y curanderos como a objetos (convertidos en amuletos). Ambos encarnan la posesión de poderes especiales capaces de transformar la naturaleza de la cosas, de curar, de reunir los lazos rotos, de reorientar el destino, de brindar protección frente a los peligros de la vida cotidiana. En la magia encontramos de nuevo al cuerpo como expresión de la necesidad, como “lugar de la creencia en los milagros” (Mardones, 1994, p. 137).

## 6) La sensibilidad de la publicidad y la reconversión de la sensibilidad New Age en un modo de consumo

Como anteriormente mencionamos, el New Age en su origen era un movimiento contracultural que se oponía al materialismo de la sociedad

de consumo, al racionalismo impuesto por la modernidad, y a los efectos nocivos de la industrialización en masa sobre el equilibrio ecológico del planeta.<sup>5</sup> Sin embargo, en la medida en que el movimiento New Age logró establecerse como una red de individuos que, a lo largo y ancho del mundo occidental, buscaban transformarse a sí mismos para transformar la sociedad, la sensibilidad de la publicidad y de la mercadotecnia encontró en sus propuestas de consumo alternativo un campo fecundo para una nueva comercialización de productos con el sello New Age (Ferreux, 2000).

El New Age ha sido reconvertido en una exitosa industria cultural, difundida por la red de medios de comunicación desde la cual resignifican al New Age como un consumo especializado basado en la oferta de un estilo de vida, identificado con un estilo de consumo. En la televisión, casi todos los programas de revista dirigidos a amas de casa (los del horario matutino, entre semana), incluyen un segmento de consejos para el hogar al estilo New Age: comida sana, yoga, consejos para armonizar las energías del hogar, lectura de horóscopos, Feng Shui para la decoración del hogar, etc. El ejemplo más importante de la difusión televisiva de un estilo de New Age es el Canal Infinito, producido desde Argentina a finales de los 90, y que hoy goza de una amplia cobertura continental pues se difunde por toda Latino América a través del servicio de televisión por cable, y su programación está abierta las 24 horas del día (De la Torre, 2007).<sup>6</sup>

La sociedad secular o de masas consagra los valores del éxito económico, el culto al cuerpo perfecto, que se puede lograr a través de dietas sin calorías los deportes e incluso prótesis; el culto al sexo (para lo cual se requiere un cuerpo escultórico) y el culto a la belleza (con rasgos blancos aunque en ocasiones se incluye la belleza exótica).<sup>7</sup> Para conquistar el cuerpo bello habrá que recurrir al consumo de cosméticos, perfumes, cremas, modas para el vestir, ejercicios, cirugías, alimentación baja en calorías, etc. La mercadotecnia en torno a la oferta del cuerpo perfecto ha incluido recientemente los valores del New Age, ligados al consumo de productos naturales, puros, y relajantes (Mardones, 1994). Hasta Coca Cola, en su reciente campaña publicitaria dirigida a la Generación X, se ha apropiado de los valores New Age, para promover su refresco como “una bebida con buen karma” y como “una buena vibra líquida”. Además, la mercadotecnia se encarga de ritualizar los accesos a los valores consagrados por el neoliberalismo mediante el consumo intensivo de productos que prometen alcanzar los valores supremos de la mercadotecnia.

La publicidad ha logrado instaurar el régimen de a seducción, que:

(...) construye nuestro mundo y lo remodela en un proceso sistemático de personalización que consiste esencialmente en multiplicar y diversificar la oferta, en proponer más para que uno decida más, en sustituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos (Lipovetsky, 1986).

Por un lado, Las prácticas que tradicionalmente tenían un sentido religioso adquieren cada vez más un sentido mercantilista (hasta el Papa y la Virgen de Guadalupe se venden para contribuir a las ventas de la multinacional de Sabritas co.); pero por otro lado, las prácticas que entendíamos como seculares o profanas van generando un nuevo sentido de lo sagrado (por ejemplo en torno al dinero, del cuerpo perfecto y del confort) y de lo trascendente (proponiendo la meta de “alcanzar el éxito”), multiplicado en mini trascendencias que se ofrecen como planes de vida, que cualquier individuo puede realizar mediante un entrenamiento de ventas (Gutiérrez Zúñiga, 2005).

Las empresas multinivel (como son Amway, Omnilife, Mary Kay, Herbalife) son el nuevo modelo de empresa neoliberal, que promueve valores compartidos con la New Age: consumos alternativos para el cuidado del cuerpo, la salud y la belleza; su organización en redes, la predominancia en el individuo (agente tanto de la venta directa, como del consumo), la transformación de un modo de vida orientado a la transformación del consumo, etc. También incorpora técnicas de auto superación para promover los talleres de vendedores. En el estudio realizado por Gutiérrez Zúñiga, la autora detectó la siguiente semejanza entre las empresas multinivel y los movimientos espirituales (New Age y Potencial Humano): “La energía como principio dinámico del cosmos; el equilibrio y armonía natural como atributos del universo y de la persona; la noción de que década persona es parte de un proceso cósmico de cambio positivo, y de poseer un ser interno sagrado con un potencial en vías de realización” (Gutiérrez Zúñiga, 2005, p. 261). Dicha analogía se confirma con el éxito alcanzado por *El secreto*, que ha sido vendido por millones de copias de DVD, y que asegura que solo existe un principio universal para lograr lo que un individuo desea, éste es: las leyes naturales del universo. El DVD promueve la receta para cualquier individuo logre todo lo que se desea, mediante técnicas de visualización positiva (como es el tablero de la visión, usado en los talleres de venta de

las empresas multinivel, o la repetición del bien añorado, o la invocación de pensamientos positivos) que contribuyen a alinear el deseo con el Universo). La ley de la atracción, se devela como el gran secreto “milenario” capaz de conquistar el éxito financiero, la sanación física y mental y de las relaciones. Se promueve que todo lo que se desea (y se visualiza con el pensamiento), será brindado por las fuerzas del universo, que responden a lo que pidamos. Esta idea se basa en reinterpretar la teoría vibracional, que permite que el individuo se alinee con el Universo, a fin de que el dinero y la salud fluyan. El milagro, ya no es tal, es tan solo una casuística de la Ley de la Atracción, basada en: “Todo lo que llega a su vida usted lo atrae a ella. Y es atraído a usted por virtud de las imágenes que mantiene en su mente, Es lo que usted piensa. Todo aquello que sucede en su mente, usted lo atrae hacia sí mismo.”<sup>8</sup>

La religiosidad secular del neoliberalismo ha puesto en acción un intensivo proceso de iusnaturalización del dinero, “al ser revalorado como una energía positiva propia de la naturaleza, al colocar su significado dentro de una concepción holística hasta ahora característica del movimiento espiritual New Age, basada en la creencia de que tanto la tierra, como el organismo humano, están interconectados con el universo a través de flujos energéticos” (De la Torre y Gutiérrez, 2005, p. 67), por su parte ahora el mercado, con sus redes de venta y consumo, es equiparado con las leyes del Universo, y ha construido su propia ecosofía retomando las nociones New Age que se legitiman sobre la física cuántica.<sup>9</sup>

## 7) Las religiones seculares

Asistimos a la consagración de santos profanos, que han sido canonizados de manera extraoficial por sectores populares de la sociedad que, por lo general sufren de la estigmatización moral, y que se sienten rechazados por las iglesias (como son los jóvenes banda, los narcotraficantes, los presidiarios, las prostitutas, homosexuales, etc.), a los cuales se les practica los rituales propios de la religiosidad popular (peregrinaciones, rezos, creencia en el poder de sus reliquias, mandas, exvotos, etc.). Estos santos, por lo general, encarnan la dualidad del bien y el mal (por ejemplo, la Santa Muerte mexicana o el San Muerte argentino, o el Max Simón guatemalteco, o el santo Malverde (patrón de los narcotraficantes de Sinaloa, México), a ellos se les pide para que ayuden a resolver con éxito situaciones que

pueden ser moralmente reprobables, y su poder milagroso se hace efectivo mediante pagos de mandas en dinero y en especie. El poder de estos santos, en analogía con las reliquias, se reactiva mediante mercancías, cuyas imágenes de bulto o estampita condensan el poder milagroso del santo. La sacralización, también se realiza en torno a los ídolos de la cultura de masa: cantantes, futbolistas, líderes políticos, que en general personifican la posibilidad de que una persona de bajos recursos, haya logrado escalar hacia la cima del éxito.

Uno de los casos más sorprendentes es el culto maradoniano, cuya iglesia fue fundada hace una década en Argentina, y cuenta actualmente con 80 mil seguidores. Actualmente el culto a Maradona se ha expandido hasta España, Brasil y México, contando actualmente con 7,000 adeptos en este país. Aunque el asunto parece poco serio, sin embargo los investigadores de la religión debemos estar atentos a un movimiento que se erige en analogía a una iglesia, y que proclama al fútbol como religión, a Maradona el diez como su Dios: “D10s”, y sus milagros reconocidos son los dos goles en mundiales, entre los cuales se conmemora el gol de la “mano de Dios”. Este culto tiene sus fiestas y rituales, sus templos son los estadios donde Maradona jugó, cuenta también con un calendario que arranca en 1960, DVD, fecha en que nació Diego Armando. La iglesia ya ha celebrado bodas, y el único requisito para ingresar es llenando un formulario en la web iglesia-maradoniana.com.ar. Si bien es cierto que esta sui generis iglesia no desea suplir a las religiones de sus socios, también lo es que es un reto entender los motivos que los seguidores tienen para identificarse con ella y para afiliarse, e incluso participar en sus rituales (Borinsky, 2007, p. 67-71).

## Agenda pendiente...reflexiones de última hora

Es difícil pensar que hoy en día exista una práctica religiosa que esté libre de las mediaciones mercantiles, tecnológicas, mediáticas. La sociedad entera, desde la urbana hasta la más nativista, se encuentra mediada por la sociedad global. La cultura global, en especial la mediatizada por las nuevas tecnologías de la información es por un lado, un vehículo del neoliberalismo económico y de su lógica mundial; pero es a la vez fuente de una cultura contradictoria, pues el capitalismo por un lado, requiere de una ética del trabajo que se derive en esfuerzo, y por el otro, la cultura del consumo seduce mediante el hedonismo, el culto al cuerpo, al ocio, a la belleza y al

individualismo. Es aquí en esta franja de valores e imágenes, donde se religan las religiosidades o espiritualidades New Age con la cultura del consumo.

Por su parte, las religiones, son cada vez más atraídas por la tecnología modernizante, por la filosofía del éxito monetario, y por la manipulación de la imagen para extender su labor misionera por todo el mundo. Es aquí, donde las religiones cristianas, católicas o pentecostales, convergen con los valores secularizadores: en la sacralización de la imagen y las estrategias de seducción, en el uso intensivo de la cultura de masas, en la teología de la prosperidad que articulo la ética cristinas hacia el logro del éxito y la fortuna. La globalización construye vasos comunicantes no solo entre territorios distantes, sino sobre todo cruza y entrelaza mundos culturales que en la modernidad operaban con fronteras más o menos claras, y que funcionaban en competencia unas con otras. Hoy la asimilación de la religión al mercado, y del mercado a la religión hace que las fronteras se difuminen, creando vasos comunicantes de implicación doble. Por otro lado, la publicidad, con su deseo de cooptar consumidores, resemantiza y se apropia de los movimientos contraculturales, como fue el caso del New Age y de la esoteria. Por último hemos atendido algunos casos en que la cultura secular de masas va también generando sus propias maneras de consagrarse y de ofrecer mini trascendencias.

La religiosidad tiende hacia dos puntos extremos, pero a la vez coincidentes. Por un lado es cada vez más universal, ecléctica y descentralizada; por otro lado la religiosidad está más centrada en la experiencia individual, corporal e intensamente emocional. Las narrativas religiosas contemporáneas convergen en una cosmología global, mediante la metaforización globalizante de lo espiritual, la energía, los fluidos, el cosmos, las vibras, la divinidad, etc. Esta metaforización globalizante está mediada por el sistema de globalización mercantil, que requiere de una ideología de los flujos y las conexiones, que sacralizan su sistema de operación. Es cierto que nadie puede vender la trascendencia, ni lo sagrado, pues son valores intangibles, pero si se vende el acceso, su uso y su experimentación. También se cobra, o manipulan los rituales para legitimar y consagrar a la sociedad de consumo.

La centralidad de la sacralidad en el cuerpo es también un puente cognitivo entre las religiosidades contemporáneas y las industrias mediáticas. El cuerpo se ha convertido en el mediador de la experiencia íntima, sagrada o trascendente, como en la posibilidad de crear una conciencia global, cósmica, como en la tierra prometida del consumo. El cuerpo es a

la vez el lugar consagrado para el consumo, es la promesa de la felicidad total y la trascendencia personal, sus valores son cada vez más hedonista e individualista, porque sobrevalora la estética, el confort, el placer. La trascendencia y lo sobre natural no son exterior al cuerpo, sino internas y en todo caso, asimilables y experimentables por él. El cuerpo es hoy el último reducto de la cultura. Es la unidad mínima de la locación cultural. Es también lo que permite la relocalización de las culturas en movimiento, es a la vez lo que posibilita que lo universalizante sea particular, propio, exclusivo. Es el lugar donde se experimenta de manera emocional la unidad de lo secular y lo religioso, de lo sagrado y lo profano, de la estética y la ética, del espíritu y la carne.

## Notas

<sup>1</sup> Los “neo indiens” (neo indios) son llamados así pues afirman una identidad paradójica: por un lado reivindican la pureza de la raza y esencializan los rasgos culturales indígenas; pero por otro lado, le inscriben una dimensión planetaria dentro de la Era de Acuario, generando analogías entre las culturas indígenas y los elementos relacionados con la armonía del mundo y conceptos como energía cósmica (Gallinier y Molinié, 2006, p. 9).

<sup>2</sup> Una religiosidad cosmopolita se distingue como “el resultado del intercambio de símbolos, rituales y significados entre culturas contrastantes y lejanas en el espacio y tiempo convencional, pero que a través de estos nuevos intercambios acorta las distancias culturales al poner en intersección elementos tomados de tradiciones lejanas entre sí, para crear nuevas síntesis” (De la Torre, 2007).

<sup>3</sup> Por ejemplo, en el Hotel Grand Velas de Nuevo Vallarta México, se ofrecen servicios de SPA incorporando la sensibilidad y el estilo de vida New Age: masajes, meditación, yoga, aromaterapia, alineación de chakras, bajo el título de rituales: “Ritual Nuevo Amanecer”, “Ritual del lejano oriente”, “Ritual armonía y tranquilidad”, “Ritual de los 4 elementos”. Dentro del concepto SPA se ofrecen tratamientos para la salud, la belleza y el bienestar, junto con “experiencias espirituales y místicas”. En los servicios SPA se combinan: “técnicas europeas con exóticas Terapias Orientales como el Shirodhara, el Shiatsu o la Reflexología, alterna con la Presoterapia, le Micro masaje Anticelulítico y el Lifting Facial. El aceite esencial de Ylag Ylang, Mirra o Sándalo, se combinan con los activos más avanzados de la Cosmética Europea aportando lo mejor de los dos mundos. Esencias aromáticas, flores, velas y piedras suaves que calientan la tensión, desvanecen el estrés y nos dan la oportunidad de descubrir un espacio interior de paz y tranquilidad” (Tomado de la carpeta de servicios del Hotel Grand Velas).

<sup>4</sup> Carozzi define el movimiento New Age como “Una red de redes vasta y compleja, en su discurso y en su práctica, combina como direcciones de cambio tanto la transformación individual como la sacralización del self y la naturaleza, la sanación, la espiritualidad, la circulación, el sincretismo, la liberación del cuerpo, el antiautoritarismo y la autonomía” (Carozzi, 1999, p. 21).

<sup>5</sup> Es ilustrativo el esquema que realizó Carozzi sobre los valores asociados con el New Age y sus oposiciones con la modernidad, por ejemplo naturaleza vs civilización; pasado vs presente; magia vs ciencia; arte vs. tecnología; oriente vs occidente; indígenas vs europeos; cuerpo vs. mente; intuición vs. racionalidad; placer vs. esfuerzo; espontaneidad vs. control, etc. (Carozzi, 1999, p. 17).

<sup>6</sup> Alrededor del canal Infinito confluye una amplia industria cultural, que incluye la Casa Infinito (donde se dan cursos y conferencias); Infinito Store (tienda de productos alternativos); una red de especialistas (conferencistas, escritores y parapsicólogos); una red de oferta de servicios New Age (centros esotéricos, terapias de salud, programas de desarrollo personal, lectura de cartas, astrología, adivinación, numerología, runas, etc.), y una industria editorial especializada en temas de superación personal, esoterismo y New Age (De la Torre, 2007).

<sup>7</sup> Por ejemplo, José María Mardones (1995) explora las formas de lo sagrado y lo religioso en las manifestaciones seculares, como son la música, el trabajo, el sexo, el deporte, el cultivo del cuerpo, la naturaleza, etc. Existen análisis interesantes que establecen la analogía de la religión con el deporte (sobre el fútbol véase Marc Augé, 1982; y sobre el golf puede consultarse a Geertz, 1992); con la ciencia (Laplantine, 1996); y con las empresas, en el entorno estadounidense ha sido analizada por diversos autores, como Demerath, 1998; Bromley, 1995; y en el ámbito mexicano por Zalpa, 2001 y Gutiérrez, 2005.

<sup>8</sup> El Secreto de la ley de la Atracción, película producida por Jerry y Esther Hicks, 2007.

<sup>9</sup> Es una concepción organicista, que se apoya en la mecánica cuántica, que plantea que todos los fenómenos se encuentra vinculados y en interacción con el universo entero. Este es el fundamento de la concepción holista.

## Referências

ARGYRIDIS, Kali; DE LA TORRE, Renée. Los tiempos inestables de las neoreligiones. In: HOFFMAN, Odile; RODRÍGUEZ, María Teresa (ed.). Los retos de la diferencia: los actores de la multiculturalidad en México y Colombia. México: IRD-CIESAS-IDYMOV, 2007. p. 471-508.

AUGÉ, Marc. Football. De l'histoire sociale à la anthropologie religieuse. Le Débat, París, n. 17, 1982.

\_\_\_\_\_. El viaje imposible. El turismo y sus imágenes. Gedisa: Barcelona, 1998.

BARKER, Eileen. We've got to draw the line somewhere: an exploration of boundaries that define locations of religious identity. Social Compass, vol. 53, n. 2, junio de 2006, p. 201-213.

BASTIAN, Jean-Pierre. La recomposición religiosa de América Latina en la modernidad tardía. In: BASTIAN, Jean Pierre (coord.) La modernidad religiosa: Europa latina y América Latina en perspectiva comparada. México: Fondo de Cultura Económica, 2004. p. 155-174.

BORINSKY, Diego. 7,000 adeptos en México, llegó la iglesia maradoniana. Milenio, México, 20, agosto 2007, p. 67-71.

- BROMLEY, David. Quasi religious corporations. A new integration of religion and capitalism? In: ROBERTS, Richard H. (ed.). Religion and the transformations of capitalism. Comparative approaches. London-New York: Routledge, 1995.
- CAPONE, Stefania. A propos des notions de globalisation et de transnationalisation. *Civilisations: Revue internationale d'anthropologie et de sciences humaines*, Bruxelles, vol. LI, n. 1-2, 2004, p. 9-23.
- CAROZZI, María Julia. La autonomía como religión: la Nueva Era. *Alteridades: Antropología de los movimientos religiosos*, México, UAM- Iztapalapa, Año 9, n. 18, 1999, p. 19-38.
- CHAMPION, Françoise. Persona religiosa fluctuante, eclecticismo y sincretismos. In: DELUMEAU, Jean (dir.). *El hecho religioso*. Enciclopedia de las grandes religiones. Madrid: Alianza Editorial, 1995. p. 705-737.
- CORTEN, André ; DOZON, Jean Pierre ; ORO, Ari Pedro. *Les nouveaux conquérants de la foi : L'Église universelle du royaume de Dieu (Brésil)*. París: Karthala, 2003.
- CSORDAS, Thomas J. The Stirling Award Essay: Embodiment as Paradigm for Anthropology. *Journal of the Society for Psychological Anthropology ETHOS*, vol. 18, n. 1, 1990, p. 5-47.
- \_\_\_\_\_. *Language, Charisma, and Creativity: The Ritual Life of a Religious Movement*. Berkeley: University of California Press. Paperback Edition, New York, 1997.
- DE LA TORRE, Renée. Los hijos de la Luz: discurso, identidad y poder en La Luz del Mundo. Guadalajara: CIESAS-ITESO-UdeG, 2000.
- \_\_\_\_\_. Circuitos mass mediados de la oferta neo esotérica: el new age y la neo magia popular en Guadalajara. *Alteridades*, UAM Iztapalapa, año 16, n. 32, julio - diciembre de 2006, p. 27-39. (Sin 0188701-7).
- \_\_\_\_\_. Alcances translocales de cultos ancestrales: el caso de las danzas rituales aztecas. *Revista Cultura y Religión*, Instituto ISLUGA PRAT ISSN 0718-4727 Universidad Arturo Prat, Chile (ISLUGA), Vol. I, n. 1, 2007 (<<http://www.culturayreligion.cl/normas.htm>>)
- \_\_\_\_\_. Globalización y cambio religioso. In: TEALDI, Juan Carlos (d.) *Diccionario Crítico de la Bioética en América Latina*, UNESCO (en prensa).
- DE LA TORRE, Renée; GUTIÉRREZ ZÚÑIGA, Cristina. La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas. *Desacatos. Revista de Antropología social*, México-CIESAS-, n.18 (Mercado y religión contemporánea), Mayo-Agosto del 2005, p. 53-70.
- DE LA TORRE, Renée; MORA, José Manuel. Itinerarios Creyentes: sincretismos y consumos neo-esotéricos. *Imaginário*, Sao Paulo-Brasil, Laboratorio de Estudos do Imaginario/Núcleo Interdisciplinar do Imaginario e Memoria/Instituto de Psicologia Universidade de Sao Paulo, n. 7, Noviembre 2001, p. 211-240.
- DEMERATH, N J, et. al. Sacred companies. Organizational aspects of religion and re-

- ligious aspects of organizations. New York-Oxford: Oxford University Press, 1998.
- FERREUX, Marie-Jeanne. *Le New Age. Ritualités et mythologies contemporaines*. París: L'Harmattan, 2000.
- GALINIER, Jacques. Malestar en el culturalismo. La transnacionalización de meoamérica como capital simbólico. In: REUNIÓN ANUAL DEL PROYECTO IDYMOV, III., noviembre 2005, Xalapa, Veracruz (mimeo).
- GALLINIER, Jacques; MOLINIE, Antoniette. *Les néo indiens. Une religion du IIIe Millénaire*. París: Odile Jacob, 2006.
- GEERTZ, Clifford *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa, 1992.
- GIMÉNEZ, Gilberto. Cambios de identidad y cambios de profesión religiosa. In: BONFIL BATALLA, Guillermo (coord.). *Nuevas identidades culturales en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.
- GUTIÉRREZ ZÚÑIGA, Cristina. *Congregaciones del éxito: interpretación socioreligiosa de las redes de mercadeo en Guadalajara*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco/Universidad de Guadalajara, 2005.
- HALL, Stuart. The local and the Global: Globalization and Ethnicity. In: KING, Anthony D. (ed.). *Culture Globalization and the World-System. Contemporary conditions for the Representation of Identity*. Macmillan-State University of New York at Binghamton, 1991. p. 19-39 (traducción de Pablo Sendón).
- IBÁÑEZ, Jesús. Prólogo. In: MAFFESOLLI, Michel. *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria, 1990. p. 9-19.
- LAPLANTINE, Francois. Identidad, modernidad y religión. In: MÉNDEZ MERCADO, Leticia I. (coord.). *Identidad: análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad. II Coloquio Paul Kirchhoff*, México: UNAM, 1996, p. 89-97.
- LEHMANN, David. Fundamentalism and globalism. *Third World Quarterly*, Vol. 19, N. 4, 1998, p. 607-634.
- LIPOVETSKY, Gilles *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama, 1986.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. O circuito neo-esotérico na cidade de Sao Paulo. In: CAROZZI, María Julia (org.). *A Nova Era no Mercosul*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999. p. 27-47.
- MARDONES, José María *Para comprender las nuevas forma de la religion*. Estella (Navarra) editorial Verbo Divino, 1994.
- MARDONES, José María, *¿A dónde va la religión? Cristianismo y religiosidad de nuestro tiempo*. Santander: Sal Terrae, 1995.
- \_\_\_\_\_. Religión y mercado en el contexto de transformación de la religión. In: *Desacatos: Revista de Antropología social, México-CIESAS-*, n. 18 (Mercado y religión contemporánea), Mayo-Agosto del 2005, p. 103-110.

MARTÍN BARBERO, Jesús. La globalización en clave cultural. Renglones, Guadalajara: ITESO, n. 53, 2003, p.18-33.

SARRAZIN, Jean Paul. Idées globalisées et constructions locales. L'image valorisée de l'indianité dans la Colombie contemporaine. *Autrepart: revue de sciences sociales au Sud*, París, IRD, n. 38, 2006, p. 155-172.

ZALPA, Genaro. La concepción cuasi-religiosa de la planeación estratégica. In: ENCUESTRO REGIONAL DE INVESTIGADORES DEL FENÓMENO RELIGIOSO EN EL CENTRO OCCIDENTE DE MÉXICO, IV., Universidad ITESO, Guadalajara, 2001 (mimeo).