

Religión y cultura de masas

La lucha por el monopolio de la religiosidad contemporánea*

Renée de la Torre Castellanos**

The author supports the thesis that there is a dispute between cultural industries and the catholic church in the construction of world-views. There is an emergent tension between the secular and religious spheres that suggests a new way of understanding mass culture and religiosity. Historical examples illustrate some processes of negociation and dispute of symbolic territories of public morality and cultural diversity.

La religión en la cultura contemporánea

El desplazamiento continuo de las divisiones del mundo que oscilan entre la modernidad y la tradición ha producido en el individuo la apariencia de fenómenos de pérdida o de innovación, de abandono y de regreso, de desencantamiento y reen-

* El presente ensayo forma parte del proyecto sobre las nuevas identidades católicas en Guadalajara, que actualmente realizo como parte de mis estudios de doctorado en Ciencias Sociales, adscrito a la Universidad de Guadalajara-CIESAS. Para su elaboración conté con financiamiento del Seminario de Estudios de la Cultura. Deseo agradecer la valiosa ayuda brindada por Carlos Ibarra y Beverly Castillo en el trabajo de archivo.

** Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)-Occidente.

cantamiento del mundo.¹ Esto obedece más a un movimiento dialéctico característico de la modernidad, que a un proceso evolutivo y lineal de secularización —como lo veían los clásicos de la sociología religiosa (Weber, Willson, Berger, Luckmann, entre otros)—. Pero no significa que debamos desconocer los aportes sobre la secularización, ya que en el momento actual presenciamos tanto los efectos de “desencantamiento del mundo” (en el cual la modernidad desplaza lo religioso en una esfera cada vez más individualizada y de alcance restringido y por ende menos social y totalizadora), como los procesos de “reencantamiento del mundo” (referidos a la serie de fenómenos de innovación religiosa en el mundo secular, como son los nuevos movimientos religiosos, el regreso al fundamentalismo, movimientos de renovación dentro de las iglesias históricas, grupos sincréticos, experiencias místico-esotéricas, etcétera).

Este nuevo panorama apunta a que las fronteras entre lo profano y lo religioso sean cada vez más porosas e indefinidas, mas no por eso menos conflictivas. La comunicación masiva cumple un papel fundamental en la producción y difusión de los grandes mitos de la civilización contemporánea. Es un gran competidor de las iglesias históricas en la producción colectiva de lo sagrado, en la medida que consagran el consumo, el bienestar, el culto al cuerpo, el drama deportivo, la euforia alrededor del rock, etcétera (Cfr. Mardones 1994).

Si bien, la religión ha dejado de ser monopolio de las instituciones eclesiásticas, la Iglesia católica se preocupa cada vez más por los aspectos de la vida social y política del mundo. Estas dos caras de la moneda apuntan a un fenómeno de disseminación religiosa en las sociedades modernas, que nos plantea una revisión de las hipótesis fundamentales de la sociología de

1. “La teoría social actual se inscribe en el proyecto de construir una sociología dinámica, generativa, basada en una doble experiencia: la de las sociedades de la tradición sometidas a la prueba de las grandes transformaciones, la de las sociedades de la modernidad en las que predominan el movimiento y la incertidumbre” (Balandier 1994: 62).

la religión, sobre todo de los límites entre la esfera secular y religiosa.² Por tanto, se vuelve indispensable entender que las modalidades de lo sagrado, como rasgo primordial de la producción religiosa (Durkheim 1995), cambian al mismo ritmo que las respectivas culturas (Cfr. Mardones 1994: 35).

En este ensayo hago un seguimiento histórico de la tensión entre la Iglesia católica y la cultura de masas, en el contexto de la ciudad de Guadalajara. La cultura de masas representa hoy en día una esfera de tensión y competencia con las religiones históricas. Una tensión que se pone en juego en el encuentro y el desencuentro de una sacralidad profana con una profanización de la religión institucional.

El *corpus* del análisis histórico está dividido en dos partes: la primera es una revisión diacrónica sobre las campañas emprendidas por los militantes católicos para oponerse a la penetración cultural de los medios masivos de comunicación, que va desde principios de siglo hasta finales de los años sesenta; la segunda es sincrónica, y se refiere al momento actual en el cual la cultura de masas ya no sólo representa la amenaza cultural que viene del exterior a imponer nuevos parámetros morales, sino una cultura que ha logrado anidar en la cultura misma de las prácticas religiosas vinculadas con el catolicismo local. Este corte temporal responde además a dos etapas históricas: un antes marcado por medios masivos y una Iglesia preconiliar; y un ahora producto de las mediaciones entre una cultura de masas que ha logrado penetrar en las prácticas cotidianas y una Iglesia católica más abierta al mundo (pos-

2. Hervieu-Léger advierte dos tendencias inseparables de la secularización que se confunden con la modernidad misma: por un lado, manifestaciones religiosas en todas las esferas profanas o seculares (religiones de sustitución, analogías religiosas, reemplazamiento de lo religioso, nuevos movimientos religiosos); por otro lado, una cultura religiosa que le concierne el ensamble de aspectos de la vida social y política del mundo. La autora propone que “para el propósito de definir los límites de lo religioso hay que adentrarnos al debate que provoca actualmente la disociación creciente entre una sociología ‘intensiva’ de grupos religiosos y una sociología ‘extensiva’ de los fenómenos de la creencia” (Hervieu-Léger 1993: 51).

terior al Concilio Vaticano II). Parafraseando a Jesús Martín Barbero es una revisión histórica que va “de los medios a las mediaciones”.

La sexta tensión entre modernidad y religiosidad: la cultura de masas

En el tiempo actual estamos viviendo un momento de agotamiento de los megarelatos que servían de andamio de la racionalidad moderna. Somos espectadores de un momento histórico de incertidumbres, de un aquí y ahora sin memoria, de un caos ofertado cuya condición de orden se encuentra en el espacio del consumo cultural.

Esta nueva racionalidad, que llama más al caos que al orden, que valora más el simulacro vivencial que la comprobación experimental, que disloca tiempos y espacios en un proceso de globalización de las culturas locales, que construye una nueva dimensión de la distancia, ha sido denominada como racionalidad posmoderna.³ He aquí donde el papel de la *mass-media* ocupa un lugar estratégico en la producción de esta nueva racionalidad.

Weber, preocupado por atender la relación entre la racionalidad creciente instrumental y las creencias religiosas, estudió el desarrollo histórico de las esferas de la sociedad moderna donde se agudizaban las tensiones entre los sistemas religiosos de ascetismo mundano y la racionalidad moderna identificando cinco esferas:

- a) la esfera económica, caracterizada por una acción racional, entendida como el arreglo de acciones instrumentadas como medios encaminados a alcanzar fines,
3. Existe un fenómeno de desterritorialización de la cultura, una nueva forma en la que se conforman y organizan las identidades culturales, me refiero al efecto cultural que tienen las nuevas tecnologías de comunicación electrónica (televisión, satélites, computadoras, modem, fax, celular) que conectan y reubican la cultura local en las redes de globalización transnacional (Cfr. García Canclini 1994: 8; 1995: 46).

que produce dos vertientes: una ascética de la huida del mundo (ejemplificada en el rechazo a los bienes materiales) y una ascética racional (que crea la riqueza que rechazaba);

- b) la esfera política en la cual la tensión ya no se caracteriza por las diferencias sino en las semejanzas que produce la competencia por el sentimiento de comunidad fraternal, ya que tanto el Estado como la religión compiten por la fraternidad (fraternidad bélica vs. fraternidad religiosa);
- c) la esfera estética en la que la tensión se da entre la religiosidad de salvación que mira al sentido y no a la forma, mientras que el arte produce una redención intramundana de los juicios del gusto por las formas;
- d) la esfera erótica que mantiene su tensión sobre la base de la semejanza y de la competencia. Si bien la esfera erótica representa el poder irracional del amor sexual y vincula al hombre con la naturaleza, la religión ha producido una racionalidad de la sexualidad reglamentando las relaciones sexuales dentro del matrimonio, como medio encaminado al fin de la procreación. Pero ambas compiten entre sí porque subliman un poder sacramental de experiencias de alta intensidad que no pueden ser comunicadas racionalmente, y finalmente
- e) la esfera intelectual que es considerada por Weber como el ámbito de mayor tensión entre modernidad y religión, ya que progresivamente apunta al desencantamiento del mundo: la esfera intelectual desvaloriza el sentido ético religioso y demanda la validez de la consideración empírica del mundo. Lo interesante es que en esta esfera Weber apunta que en la medida en que la racionalidad intelectual designa y desplaza lo religioso hacia lo irracional, “la religión se alía una y otra vez con el intelectualismo racional. En la medida en que deja de ser magia o mera mística contemplativa para convertirse en doctrina necesita tanto más de una apologética racional” (Weber 1982: 553).

En el momento actual habría que considerar un sexta esfera de tensión y competencia: la cultura de masas, la cual ha venido desarrollándose en las últimas décadas de nuestro siglo para consolidarse como uno de los más grandes competidores de la religión. No sería exagerado decir que esta cultura es actualmente uno de los grandes productores de la religiosidad moderna: un poderoso formador de conciencias, que tiene además la capacidad de convocar masivamente a los individuos a través de la producción de sentimientos de cohesión e integración de nuevas identidades colectivas. Al igual que la religión,⁴ la cultura de masas es una gran productora de imágenes que expresan al mundo idealizado —pero a diferencia de ella cuya tendencia era hacer comprensible el mundo y dar una respuesta coherente a los problemas ontológicos—, la cultura de masas no ambiciona el orden, sino a la producción de imágenes; simulacro de realidad que funciona como coordenadas desterritorializadas y atemporales donde se sitúan los usuarios o consumidores en una realidad concreta: territorializada y con una temporalidad terrenal.⁵ A su vez, compete con la religión en la

4. Para Durkheim la religión no sólo produce una imagen idealizada del mundo, sino que no se olvida de la sociedad real, es a partir de ella que produce un sistema de representaciones sociales que reflejan todos los aspectos de la sociedad “aun los más vulgares y repulsivos” (Durkheim 1995: 392). Pero su teoría va más allá de definir la religión como un simple reflejo de lo social, pues considera que al expresar el mundo, lo ordena y lo vuelve comprensible, a partir de las categorías que sitúan los eventos sociales en las coordenadas divisorias de lo sagrado y lo profano, de lo ideal y de lo material, de lo permitido y lo prohibido, de lo trascendente y lo immanente, la religión tiene la función social de dominio sobre los otros conceptos sociales (*Ibid.*: 408).
5. John B. Thompson señala que el impacto interaccional de los medios técnicos se evidencia en cuatro dimensiones: “(1) los medios técnicos facilitan la interacción a través del espacio y del tiempo; (2) afectan las maneras en que los individuos actúan en el lugar de otros, en la medida en que los otros para quienes lo hacen pueden constituir un público extendido, disperso y distante en el tiempo y en el espacio; (3) afectan las maneras en que los individuos actúan en respuesta a otros, tanto como puedan hacerlo en respuesta a otros que se sitúan en contextos distantes, y (4) los medios afectan también las maneras en que los individuos actúan e interactúan en el proceso de recepción, es decir,

producción de grandes trascendencias. Si bien las religiones monopolizaban la dirección de las trascendencias hacia fines últimos y de carácter transmundano,⁶ la producción de una realidad *mass mediada*, contenida sobre todo a través de la televisión, produce efectos de realidades que se ofertan como fines a alcanzar, las trascendencias de esta índole se basan en la autorrealización y en la sacralización de un modelo de vida basado en el consumo y en la adquisición de bienestar y placer, que orienta las prácticas cotidianas a alcanzar trascendencias intermedias.⁷ Concentraciones masivas alrededor del rock o de los espectáculos deportivos nos hablan de la producción de una sacralidad laica, que ritualiza y fija el sentido colectivizado de los grandes mitos contemporáneos y que desplazan la produc-

afectan la organización social de aquellas esferas de la vida cotidiana en que la recepción de los mensajes mediados es una actividad rutinaria" (Thompson 1993: 250-251).

6. Para Luckmann "la religión consiste en *construcciones sociales* de otra realidad extraordinaria, y que estas construcciones están fundadas en *reconstrucciones comunicativas* de experiencias de trascendencia" (Luckmann 1989: 93).
7. Para Thomas Luckmann el proceso de secularización no apunta a la desaparición social de las formas religiosas sino a profundos cambios en la localización de la religión: "Las representaciones específicamente religiosas que apuntan a grandes trascendencias de la vida integradas a modelos tradicionales oficiales de la religión, fueron monopolizadas en el pasado por las iglesias cristianas. Ahora ya no son las únicas concepciones específicamente religiosas que se ofrecen en el mercado de los universos sagrados. Las visiones tradicionalmente religiosas de origen cristiano compiten con orientaciones religiosas (algunos dirían cuasi religiosas) de las más diversas estirpes. Se encuentran diseminadas por los medios de comunicación en los libros, en la televisión, en los profetas ambulantes y en los gurús de los cuatro costados del mundo... No compiten sólo entre sí. También lo hacen con los modelos de socialización y de buena vida que no contienen ninguna idea específicamente religiosa, aunque consistan en reconstrucciones de trascendencias de este mundo, conteniendo así distintas visiones del orden moral" (Luckmann 1989: 105).

ción de lo religioso a las esferas del mundo secular (Cfr. Hervieu-Léger 1993: 150-155 y Mardones 1994: 91-110).

La Iglesia católica percibe que uno de los elementos de tensión más fuerte con las culturas de masas es su impacto en la relativización de la moral y las costumbres tradicionales.⁸ Si bien, ya no podemos hablar del monopolio de las iglesias históricas sobre la moralidad pública, la diversidad cultural y la creciente relatividad de la moral da también pie a expresiones de intolerancia, al rechazo de los otros, y a la lucha por la imposición de principios universales. Por tanto, es menester revisar las trayectorias históricas en que la Iglesia católica ha reaccionado frente a su nuevo competidor.

Moralización de las costumbres

Los medios masivos de comunicación han representado un desafío para la Iglesia católica, ya que paulatinamente han ido despojando de la vida cotidiana el uso del tiempo libre destinado a prácticas vinculadas con la religiosidad por el tiempo profano. A este punto hay que señalar que lo sagrado no perece sino que como veremos se desplaza a otras esferas de la vida social.

A principios de siglo, en Guadalajara, las costumbres y el uso del tiempo libre estaban organizados en gran medida en torno a la religión, muestra de esto es la manera en que se organizaban los centros de vida (barrios, pueblos y comunidades) conforme al calendario de fiestas alrededor de los santos patronos, el tiempo cotidiano que se interrumpía a las doce del día para rezar el *angelus*, el rezo vespertino del rosario en familia, la asistencia de los niños al catecismo, la visita diaria

8. El campo de la moral no es ajeno a los procesos de secularización, pues la diversidad cultural relativiza toda certeza acerca del plano de los valores universales. Esta afirmación asume una historicidad del discurso sobre la moral entendiendo que: "La moralidad, a través de discurso —el de una determinada sucesión de juicios expresados en forma de enunciados—, no es inmune al paso del tiempo personal y colectivo, como el lenguaje y la cultura en general" (Bilbeny 1990: 19).

al Santísimo, los eventos festivos alrededor de las parroquias, las obras caritativas, hasta la misma geografía de las ciudades, pueblos y barrios que giraban en torno a los templos.⁹

Algunas de estas tradiciones todavía prevalecen a lo largo de este siglo, pero sobre todo lo que ha cambiado es el lugar que la vida religiosa ocupa en la organización del tejido social contemporáneo; se han movido las fronteras culturales que distinguían lo sagrado de lo profano, ya no es tan clara la distinción de la vida pública de la vida privada. Esto se debe en gran medida a la creciente oferta cultural de los medios masivos de comunicación, cuyos valores dependen más de una lógica de mercado que de la lógica sacralizadora del campo religioso.

Los medios de comunicación masiva llegaron y disputaron a la Iglesia católica los valores morales de la sociedad tapatía, haciendo competir la moda con el recato, la humildad con el éxito material, la diversión con la piedad, el placer con el sacrificio, la razón con el misterio.

Estos cambios de vida han provocado muchas resistencias, expresiones de intolerancia frente a lo novedoso, pero también estrategias que buscan conciliar lo nuevo con la tradición a fin de no quedar fuera de la escena social. La Iglesia católica y las organizaciones seculares que militan en ella han encabezado múltiples acciones vinculadas a la estrategia de la moralización de las costumbres y los medios.

Para el cinematógrafo y su moda escandalosa: las pedradas y la piedad

El cinematógrafo se estrenó en Guadalajara en 1878, pero su expansión se dio hasta finales de la década de los años veinte,

9. "Las calles, hasta finales del siglo XIX, reciben nombres de santos, templos o familias. Con la modernización de la ciudad y la entrada de las fuerzas maderistas en 1910, cambian muchos de esos nombres; algunos de estos cambios son: la avenida Alcalde, antes Santo Domingo; [...] la

en la que ya funcionaban en la ciudad una decena de salas de cine que exhibían películas extranjeras, provenientes sobre todo de los Estados Unidos. Junto con el cine proliferaron las carpas de teatro y la afición masiva al fútbol. La nueva oferta cultural no sólo distraía a la población y la alejaba de sus prácticas religiosas, sino que innovaba costumbres que impactaban sobre todo las formas de vestir y actuar de las mujeres que querían imitar a las estrellas de la pantalla grande. Enrique Francisco Camarena reseñó el escándalo que propició la nueva moda femenina de principios de siglo en la sociedad tapatía:

El escándalo social, hacia fines de la primera década del siglo XX, fue la transitoria aparición de las llamadas “faldas de medio paso” que enfundaban a las damas desde la cintura hasta el talón y apenas les permitían caminar con ridículos brinquitos. Los hombres hacían mofa de las mujeres que se atrevían a salir a la calle en esa indumentaria y todo llegó al clímax con la amenaza de las faldas pantalón que escandalizó a Guadalajara entera, y pocas mujeres que usaron la prenda fueron perseguidas por la Iglesia y por grupos de exaltados, que llegaron a arrojarles lodo y piedras (Camarena 1957: 18, citado en Vogt y del Palacio 1987: 20).

La situación fue cambiando con los años: cada vez más mujeres se atrevieron a usar la moda “escandalosa” y cada vez más los otros las vieron con naturalidad (o al menos dejaron de apedrearlas).

El impacto del cine en las costumbres de la sociedad mexicana puso en alerta a la Iglesia católica, quien en 1935 emprendió el Programa Nacional de Renovación Espiritual, en el cual participaron los directores nacionales de las asociaciones piadosas. El programa consideraba que la mejor forma de contrarrestar el avance de las nuevas costumbres ofertadas por

avenida 16 de Septiembre, antes San Francisco; la avenida Hidalgo, antes la Merced, la calle de Liceo, antes Seminario, etcétera” (Vogt y Palacio 1987: 169).

los medios masivos de comunicación era intensificar la piedad.¹⁰

Desde noviembre de 1935, con el fin de alertar a los católicos sobre el daño que causaba el espectáculo cinematográfico, se instruía a los fieles para que no asistieran a aquellas películas que consideraban tenían un fondo y una presentación que iba en contra de la pureza de las costumbres cristianas. Para este fin se recomendaba la publicación titulada *Apreciaciones sobre películas cinematográficas* editado por la Legión Mexicana de la Decencia, que era colocada en las puertas de los templos de la diócesis de la ciudad. Dicha publicación daba a conocer el juicio sobre las películas que se lanzaban al mercado, y los señores sacerdotes y directores de asociaciones piadosas brindaban su juicio sobre dichas películas con el fin de prevenir a los fieles de los males morales que se originaban por la asistencia a dichos espectáculos (*Boletín Eclesiástico*, vol. 11, noviembre de 1935: 509). Las películas eran clasificadas en cuatro categorías "A" buenas para todos; "B-1" no propias

10. La intensificación de la piedad consistía en: la misa y la comunión diaria o frecuente, la confesión semanal, quincenal o mensual, el rezo diario del santo rosario (de ser posible en familia), la lectura espiritual (por lo menos de diez minutos diarios), el examen de conciencia al terminar el día, el uso frecuente de jaculatorias, el rezo o canto de los salmos, etcétera. Era obligación de todo católico ayudar a impartir la instrucción religiosa y hacer que todos los niños aprendieran de memoria el catecismo y que realizarán su primera comunión sin retraso de edad. A los fieles se les prohibía terminantemente la lectura de publicaciones antirreligiosas o inmorales y la asistencia a reuniones o diversiones de la misma índole donde estaba incluido el cine, las carpas de teatro y la lucha libre, en contraparte, debían llevarse a cabo los siguientes actos de reparación: los domingos "el exorcismo a satanás" (aprobado por S. S. León XII) y las "letanías de los santos"; los sábados la hora mariana de reparación (que consistía en el rezo de los quince misterios del rosario y en un rato de estudio de la religión), y los miembros de las asociaciones piadosas tenían la obligación de rezar diariamente las preces oficiales de la "Campaña Espiritual por la Niñez Mexicana", (*Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Guadalajara*, vol. 5, mayo de 1935: 237-247 y *Orientaciones y Normas dadas por la Santa Sede y por el Excmo. y Rvmo. Sr. Delegado Apostólico Acerca de la Cuestión de México*).

para niños; “B-2” bajo reserva, y “C-2” contrarias a la moral cristiana. Los contenidos que consideraban contrarios a la moral se catalogaban a su vez con una numeración que correspondía a los siguientes puntos: la exposición de crudezas; diálogos con groserías; ambiente grosero; ambiente repugnante cruel, presentación de sentimientos morbosos, bailes inconvenientes; vestidos y actitudes procaces; nudismo; ataques a la religión; ataques al matrimonio; aprobación del divorcio; aprobación del suicidio; supersticiones, espiritismo; aprobación del amor libre; aprobación del duelo; falsas ideas sociales, morales o religiosas; tendenciosas; crímenes; adulterio y divorcio (tomado de la “Guía cinematográfica”, publicada en la revista *Christus*, año 10, núm. 112, 1945: 133-234). Ante una censura tan extensa y puntillosa, pocas eran las películas recomendadas por la legión, lo cual produjo poco impacto sobre las prácticas de los católicos espectadores del cinematógrafo.

Para los medios impresos: la persuasión y la censura

Las recomendaciones y censura no eran menos extremas para las revistas y publicaciones que las del cinematógrafo. Revisé la lista de la “Guía moral y literaria de revistas mexicanas”, publicada en 1943, por los jesuitas Juan Antonio Romero y Agustín Puertolas, en ella se catalogaban 95 publicaciones con circulación nacional. Las recomendadas eran trece publicaciones cuyos contenidos son meramente católicos (*Abside*, *Alma campesina*, *Aventura*, *la Cruzada*, *la Nación* —revista del Partido Acción Nacional—, *Lectura*, *Orden*, *Sinarquista*, *Vida y cuentos de santos* y *Vida contemporánea*); diez publicaciones, en general las dedicadas a la poesía, informativas, turísticas o “eccléticas” de opinión no son ni censuradas ni recomendadas; catorce publicaciones no son recomendadas por incluir contenidos o escritores que difunden ideas socialistas, de izquierda o comunistas, algunas de ellas se señalan como anticatólicas como son el caso de *La voz de México* y *Futuro*;

se alerta también sobre once publicaciones consideradas como “gobiernistas”, “oficialistas” o “masónicas”, en su mayoría son revistas políticas o de reportajes periodísticos como *Excelsior*, *Tiempo* (copia mexicana del *Times*) y el *Heraldo*; las más censuradas son las publicaciones de diversiones, espectáculos y deportes por ser frívolas y paganas (doce en total), todas la revistas deportivas son señaladas como amorales, a algunas de ellas se les concibe como “manantial de perversión” (*México al Día y Social*), o “morbosas” (*Esto*). También son poco recomendables las revistas de modas (siete en total), aludiendo a que carecen de orientación espiritual y que responden a criterios comerciales, frívolos, cursis, y el caso más extremo es el de la revista *Paquita*, de la cual se dice “pone en relieve lo animal de la mujer”; y las policiacas y detectivescas (ocho) son consideradas como peligrosas y morbosas, son revistas que contribuyen a la “perversión juvenil”, la más señalada es *Policía*, la cual —según su propio sentir— debería estar prohibida por las autoridades y cuyos editores deberían estar encarcelados; las revistas de difusión científica (son cinco en total que tratan temas de economía, avances científicos y estadísticas) se consideran como materialistas y carentes de una orientación moral, las más conocidas son *Selecciones de Reader's Digest* y *Ciencia*; las novelas eran catalogadas poco formativas, y en algunos casos como es el de *Chamaco Chico* y *Pepín* (que eran las revistas de mayor circulación entre jóvenes y adultos) se alerta que son peligrosas en los hogares, pues so pretexto de los dibujos son leídas por los niños, cuando los contenidos son sólo para adultos; por último encontramos las revistas con temas bélicos (dos).¹¹

Como pudimos ver no sólo se sancionaban negativamente las revistas que iban en contra de la moral católica, sino todas las que no contribuían a la difusión y exaltación de ésta. Esto reducía en términos prácticos los alcances persuasivos y de censura de la Iglesia católica frente a los medios impresos de comunicación.

11. La lista completa de publicaciones aparece en el *Boletín Eclesiástico de la Diócesis de Guadalajara*, núm. 5, mayo de 1944, pp. 221-231.

Si bien en la arquidiócesis de Guadalajara la preocupación por la moralización del ambiente era una de las líneas prioritarias impulsada por el arzobispo Garibi Rivera,¹² no era una preocupación exclusivamente local, sino que más bien era una de las prioridades de la Santa Sede para salvar a México de la crisis religiosa y social que estaba viviendo el país.¹³

Contra las modas escandalosas: la Liga de la Decencia

En 1943 la diócesis de Guadalajara hace un llamado a las organizaciones piadosas católicas para que se organicen en

12. En la Primera Carta Pastoral del obispo José Garibi Rivera, dirigida al clero y fieles del arzobispado de Guadalajara el primero de mayo de 1936, manifiesta la preocupación por la inmoralidad pública que atenta contra la sociedad local: "Hay otros problemas gravísimos que aquejan a nuestra sociedad, pero no sería posible tratar extensamente ahora ni del empeño en arrancar a la mujer del hogar y volverla a la vida pagana, ni del desenfreno de las costumbres, haciendo pública ostentación de desvergüenza e inmoralidad, ni del atrevimiento en presentar en teatros y salones espectáculos no sólo inmorales sino a todas luces obscenos, ni de la licencia desmedida en las lecturas que tantos males va causando especialmente a los corazones jóvenes, ni de tantas y tantas cosas que nos hacen exclamar: (*corrupta est autem terra coram Domina*) 'corrompióse la tierra delante de Dios' " (publicada en el *Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Guadalajara*, núm. 5, mayo de 1936: 211).
13. En 1937, el papa Pío XI emitió la carta apostólica al episcopado mexicano sobre la situación religiosa en México, en la cual el papa hace un llamado urgente a la comunidad católica, señalando el peligro que está viviendo la niñez y la juventud al estar expuestos a una prensa inmoral y antirreligiosa que pone en sus corazones la semilla de la apostasía. Considera que el medio para defender a los niños y jóvenes es que los católicos se organicen en ligas de padres de familia, en comités de moralidad y de vigilancia sobre las publicaciones y de censura de los cinematógrafos. Considera que la salvación de México está en manos de la Acción Católica por ser educadora de las conciencias y formadora de las cualidades morales, y exhorta a la Acción Católica a difundir la propaganda oral y escrita de los principios fundamentales que han de servir a la construcción de un orden social cristiano (Cfr. *Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Guadalajara*, vol. 5, mayo de 1937: 201-215).

Ligas de la Decencia y emprendan una campaña que señalan “no será de lucha, sino basada en la persuasión” en favor de la modestia en el vestido femenino y en la moderación en las modas.¹⁴ Por ejemplo, según testimonios, a las jovencitas se les llevaba frente al Sagrado Corazón para que juramentaran que no usarían vestidos sin manga o manga japonesa, ni trajes de baño en las playas públicas. Asimismo, se les instaba a visitar los principales almacenes de ropa de la ciudad para pedir que retiraran las prendas íntimas expuestas en los aparadores, pues atentaban contra la moral y el pudor. La campaña también incluía el llamado a los católicos a privarse de tres fuentes de transmisión inmoral: cine, publicaciones y transmisiones radiofónicas, en especial las radionovelas.

Pero la persuasión procurada por las Ligas de la Decencia no fue el medio más eficaz para la moralización de la nación mexicana, pues mientras que la Iglesia trataba de convencer a los fieles de no asistir a centros de vicios reforzando la piedad, éstos proliferaban de manera impresionante en los centros urbanos —sobre todo en las barriadas— al igual que las publicaciones y las películas con contenidos considerados como “pomográficos”.¹⁵

Pero cuando la persuasión no es suficiente... la censura y el boicot

A principios de los años cincuenta el Episcopado mexicano (bajo la dirección del arzobispo José María Martínez) decide

14. “CIRCULAR NO: 11/43 ASUNTO: Se invita al establecimiento de Ligas de la Decencia”, publicado en el *Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Guadalajara*, núm. 5, mayo de 1943, pp. 148-149.
15. Según datos de una investigación realizada en la ciudad de México en 1950 había 35 000 centros de vicio, y que sólo en ese año se expidieron 3 818 licencias para abrir “establecimientos de comercio sexual”. Se decía que México competía por el primado como centro distribuidor de blancas para surtir los mercados humanos de Latinoamérica, y que ocupaba el cuarto lugar en producción cinematográfica mundial tras

convocar a la Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente.

En 1952, el Episcopado mexicano emitió una carta pastoral colectiva sobre la moralidad,¹⁶ en la que se hacía patente la preocupación por la paganización de la sociedad y el destierro del cristianismo. Las causas de la paganización eran múltiples. La más grave la identificaban con el desarrollo y difusión del conocimiento intelectual y científico que regía una nueva civilización en contra de la ley divina y los principios más elementales de la moralidad pública, la disolución del matrimonio y la vida. Señalaban que esta corriente concedía ciudadanía al crimen bajo el pretexto de humanitarismo y de tolerancia cívica.

La mayor preocupación sobre el avance de la sociedad moderna era la amenaza contra la santidad del matrimonio cristiano y la santidad del hogar, representada por el descuido de la educación de los hijos, la exhibición de desnudeces en distintos medios publicitarios, el desmedido afán de diversiones inmorales, las conductas dirigidas al logro del placer y las comodidades, la exageración en las modas, la exaltación de los crímenes y debilidades humanas y la desacralización del matrimonio al validar el matrimonio civil. Concluían sentenciando que México estaba en peligro de condenación y hacían un llamado a los católicos a realizar obras de penitencia y a apartarse del pecado para lograr la regeneración moral de la humanidad.

A los sacerdotes, a las asociaciones piadosas y asociaciones cívicas se les exhorta a unirse en un frente único para luchar contra la inmoralidad reinante especialmente contra la exhibición del cine y de la televisión; contra las publicaciones pornográficas y contra las modas indecorosas.¹⁷

Estados Unidos, Japón y la India, además de ser el tercero a nivel mundial en producción de cintas inmorales (Cervantes 1952: 799-808).

16. La carta estaba firmada por 39 obispos de todas las diócesis del país, que se reunieron en el Tercer Congreso Nacional Misional el 14 de noviembre de 1952 en Monterrey, Nuevo León.
17. Publicada en el *Boletín Eclesiástico de la diócesis de Guadalajara*, núm. 2, febrero de 1953, pp. 88-98.

La campaña moralizadora fue un éxito: logró adherir a 44 asociaciones católicas nacionales, cuya membresía era de aproximadamente 4 millones y medio de creyentes.¹⁸ Nunca antes —desde la Revolución— la Iglesia había podido convocar a sus cuadros eclesiásticos en una acción ciudadana, además de que alentó manifestaciones públicas en distintas diócesis del país. La Acción Católica, las congregaciones marianas, y sus colaboradoras las asociaciones piadosas, fueron las encargadas de coordinar y realizar durante muchas décadas las campañas de moralización y las Ligas de la Decencia. Otras asociaciones importantes para las campañas moralizadoras fueron las de padres de familia que —aunque son autónomas— siempre han actuado conforme a los lineamientos de la Iglesia católica. Aunque la campaña no logró impactar a las clases sociales populares, sí tuvo eco y presencia entre las élites y en la clase media urbana.

Parte de la tónica de la campaña era presionar a las autoridades civiles para suprimir las manifestaciones públicas consideradas como inmorales, lo cual tuvo un éxito variable en las distintas zonas del país, pero en muchas ciudades y en algunos casos a nivel nacional lograron, a través de peticiones dirigidas al presidente y a gobernación, la prohibición de espectáculos, lugares de diversión, la censura y quema de publicacio-

18. Frank Brandenbrug define la campaña moralizadora como: “La más grande asamblea nacional de jefes católicos desde el principio de la Revolución [...] Estaban representados 44 organismos católicos con un total de 4 530 743 miembros. De estos grupos, 24 estaban clasificados como órdenes seculares y 20 más como órdenes pías. Los grupos seculares son: A) Acción Católica Mexicana compuesta de cuatro unidades principales [...] B) Unión Nacional de Padres de Familia con 500 mil miembros. C) Caballeros de Colón, con 3 400 miembros. D) Federación de Colegios Particulares, formada por 112 colegios y escuelas en el Distrito Federal. E) Legión Mexicana de la Decencia, con 25 miembros en cada una de las 32 unidades federales de la nación y otros miembros más en los subcomités. F) Asociación Nacional de Periodistas, Escritores, Publicistas y Editores que comprenden 425 miembros. G) Obra Nacional de Buena Prensa que (desde 1936 hasta 1952) ha publicado una asombrosa cantidad de literatura católica [...]” (citado en Muro 1994: 91).

nes pornográficas y se realizaron múltiples acciones en pro del saneamiento de las costumbres.

La campaña moralizadora se extendió de tal manera que involucró a las firmas comerciales transnacionales más importantes del país, por ejemplo, se emprendió un boicot en contra de Colgate-Palmolive, por ser una transnacional que apoyaba financieramente las campañas protestantes. Por su parte, la firma Coca-Cola utilizaba la propia campaña moralizadora como estrategia publicitaria. Su desplegado en los medios impresos era una foto del envase del refresco y una leyenda que decía: "Los representantes del popular refresco Coca-Cola cooperan con la Campaña de Moralización del País".¹⁹

Sin embargo, la campaña también tenía sus limitaciones pues como lo señalaba la revista *Tiempo*:

el boicot en contra de revistas y publicaciones que atentan contra la moral católica, era contraproducente para las estrategias de la Iglesia, ya que los propietarios y editores eran los mismos que editaban los grandes periódicos (*Excelsior*, *Novedades*, *La Prensa*) que difundían el pensamiento eclesiástico (citado en "Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente. Lo que dicen otros" en la revista *Christus*, 1952: 85-87).

Guadalajara fue uno de los lugares más exitosos en los alcances de la campaña moralizadora. Sin duda, el logro más importante fue que en 1953 el Estado —durante el gobierno de Agustín Yáñez— instituyó las Juntas Municipales de Mejoramiento Cívico y Material del Estado de Jalisco, cuya ley se mantiene vigente hasta la fecha. Esta ley tiene como finalidad: "Obtener la cooperación de los particulares en estos tres aspectos (cívico, material y moral) de la vida colectiva, sin distinción de ideas sociales, políticas o religiosas", considera que la manera de fomentar el mejoramiento de la sociedad es

atacar y suprimir las causas productoras de la criminalidad, como los centros de vicio, la prostitución, la vagancia, la mendicidad, el pistoleroismo, la inmoralidad oficial, la circulación de publicaciones que exacerban los bajos instintos, cuyos factores

19. Tomado de la revista *Christus*, año 17, núm. 197, abril de 1952.

serán sustituidos por otros positivos y de readaptación social, como son los centros de diversión y esparcimientos sanos, el deporte y en general el fomento cultural (La ley se publicó en *El Estado de Jalisco*, periódico oficial del Gobierno, núm. 24, 11 de julio de 1953: 369-273).

En las juntas de mejoramiento habían grupos de jóvenes militantes católicos encargados de visitar periódicamente los cines para sacar a los menores de edad que presenciaban películas para adultos y multar a los cines que lo permitían. Lo mismo hacían en los centros nocturnos y eran usuales las visitas a puestos de periódicos para quemar las publicaciones consideradas como pornográficas, en ocasiones pudieron prohibir o censurar la venta de publicaciones inmorales, además de organizar brigadas que clausuraban centros de diversión que se consideraban como centros de vicio y prostitución.

Fue también una época de muchas prohibiciones morales, los padres sancionaban a sus hijas por usar ropas indecorosas, además de que los sacerdotes prohibían la entrada al templo o negaban la comunión a quienes no vistieran bajo los cánones decentes de la época. A veces eran tan extremistas que por el puro hecho de traer vestido con manga corta se les negaba la comunión. Los padres de familia debían prohibir que sus hijas participaran en concursos y ejercicios públicos de gimnasia, en los colegios las maestras también imponían sanciones a las alumnas que atentaran contra la decencia. Podemos imaginar el impacto en la normatividad de la moralidad en la vida privada y pública de Guadalajara si consideramos que en el año de 1945 la Acción Católica de Guadalajara —quien fuera la principal promotora de la campaña de moralización— tenía registrados 42 290 socios taserados,²⁰ y si consideramos que 50% de los socios habitaban en la ciudad de Guadalajara,²¹ significa que la

20. Galindo Mendoza 1945, citado en Zermeno y Aguilar 1988, pp. 26.

21. La estimación sobre los miembros de la Acción Católica de Guadalajara la hago a partir de los datos arrojados por el Censo de 1936 que realizó la Comisión Parroquial de Propaganda, según los cuales en la arquidiócesis de Guadalajara había un total de 22 105 socios, de los cuales 10 787 se localizaban en la zona urbana de la ciudad de Guadala-

membresía de la Acción Católica representaba en los años cuarenta alrededor de 10% de la población tapatía, que según el censo de 1940 concentraba una población de 240 721 habitantes.²²

Esta campaña no sólo tenía fines morales, sino que era parte de una visión integralista del catolicismo, que veía en la renovación moral el instrumento estratégico para lograr la renovación social, la cual contemplaba tres ingredientes: justicia social, moralidad pública y libertad de pensamiento y acción, y una campaña dirigida a la reconquista de la libertad religiosa nacional.²³ La campaña era un pronunciamiento en contra del liberalismo y del socialismo, como dos fuentes de inmoralidad y debilitamiento de los valores nacionales, y tenía como meta última la restauración de una sociedad neocristiana. De hecho —como lo señala Gabriel Muro— la campaña moralizadora fue un éxito no sólo porque logró convocar a las militancias católicas, sino porque restauró un clima de “euforia eclesiástica” y de reactivación de la sociedad civil, que contribuyó a que los católicos volvieran a preocuparse por la cuestión social: “se iniciaron el cooperativismo de promoción social, los centros sociales, los centros de capacitación técnica, el nuevo sindicalismo independiente, la formación de la Juventud Obrera Católica” (Muro 1994: 91).

Los ánimos masivos logrados en la campaña nacional de la moralización no se mantuvieron firmes, y poco a poco la campaña se fue diluyendo. En Guadalajara, el arzobispo Garibi Rivera, intentó convocar en varias ocasiones, sobre todo duran-

jara, es decir, poco menos de 50% pertenecía a la ciudad y el resto a las poblaciones foráneas (“Informe que sobre el desarrollo de la A. C. M. en la Arquidiócesis rinde al Excmo. Arzobispo, el encargado de la oficina de la Acción Católica”, publicado en el *Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Guadalajara*, vol. 8 y 9, 1938: 323-331 y 363-377).

22. Unikel *et al.*, 1978, citado en de la Peña 1986, pp. 67.

23. Para mayor información se puede consultar las memorias del Primer Congreso Nacional para la Moralización del Ambiente, realizado en julio de 1953, en la ciudad de México, publicadas en el *Boletín Eclesiástico de la Arquidiócesis de Guadalajara*, núm. 9, septiembre de 1953, pp. 475-492.

te los años sesenta, a realizar cruzadas por la modestia y campañas de honestidad. Estas campañas nunca tuvieron la cobertura ni la proyección social de la campaña moralizadora; fueron más bien locales. Su radio de influencia se reducía a las mujeres que asistían a las parroquias, a quienes el párroco exhortaba a firmar una promesa ante la virgen de vestir honestamente dentro y afuera del templo. Lo mismo hacían las damas católicas que pertenecían a movimientos o asociaciones católicas, que ayudaban a reclutar a sus familiares y amistades a firmar dichas promesas. En estas campañas, por primera vez se explicitan las normas en que consiste vestir deshonestamente: "con buena parte del pecho y de la espalda descubierta, con las mangas exageradamente cortas desde el hombro y con faldas que suben más arriba de la rodilla" (véase *El Boletín Eclesiástico*, núm. 8, agosto de 1967: 550-554 y núm. 4, abril de 1968: 234-237).

Las campañas moralizadoras continuaron pero no pudieron frenar el avance de la cultura secular que, difundida masivamente, abría brecha entre generaciones de padres e hijos. A partir de los años sesenta los jóvenes manifiestan nuevas inquietudes y no se conforman con reproducir los valores y ejemplos de vida de sus padres. De Estados Unidos, de la televisión, del cine y de las revistas de moda se incorporan nuevos patrones culturales juveniles: los hippies, la moda unisex, la psicodelia, el feminismo, la introducción de la píldora, el amor libre, la planificación familiar, etcétera. Algunas de estas expresiones culturales fueron modas: efímeras y variantes, pero aún así abrieron camino a aceptar otras nuevas modas. Otras manifestaciones culturales no sólo fueron aparentes, sino que representaban una contrapropuesta a la cultura tradicional local y sus valores emanados por el Estado, la familia y la Iglesia. En el panorama contemporáneo debemos considerar además la contribución de las tecnologías informativas y de comunicación en la globalización de la cultura que resitúa patrones culturales que antes eran ajenos a nuestra cultura local, el cual tuvo también su impacto en los llamados nuevos movimientos religiosos: expresión de un proceso de globalización

de la cultura religiosa que sintetiza y sincretiza las creencias que provienen de matrices religiosas del catolicismo con elementos que se toman prestados de las tradiciones pentecostales y orientales.

A final del milenio, la cultura de masas se ha extendido de tal manera que ya no se puede reducir a los medios masivos de comunicación y sus mensajes, sino a una asimilación en los usos y prácticas cotidianas de los pobladores mexicanos. Dejó de ser la amenaza externa que venía a expropiar la identidad de los mexicanos y se incrustó en la identidad misma de los mexicanos: creyentes o no creyentes. Frente a este nuevo panorama, la Iglesia católica tiende a renovarse constantemente para seguir el ritmo de la cultura, tiende a secularizarse internamente para estar presente en una sociedad que no brinda más un trato exclusivo y privilegiado a un modelo cultural católico, sino que opta por el pluralismo como parte fundamental de su cultura.

Nuevos escenarios de tensión entre la cultura de masas y la religión católica

Como sugería en la introducción de este ensayo, la Iglesia católica no es ajena a las tendencias secularizadoras de la modernidad, que como vimos no apuntan de manera unidireccional a un mismo lugar, sino más bien a un proceso de reestructuración y desestructuración de lo religioso.

La cultura de masas no sólo ha tenido impacto en el contexto cultural exterior del catolicismo, sino también sobre los marcos culturales y las concreciones pastorales de un catolicismo internamente plural, dogmáticamente relativizado, y secularizado con respecto a sus orientaciones de permanencia en el mundo profano.

Por su parte, aunque parezca paradójico: lo tradicional prevalece en el proceso continuo de secularización y modernización, ya que lo tradicional no es estéril, ni carece de dinamismo. Esto se explica —como lo señala Balandier— porque lo tradicional no es la sucesión lineal de la conformidad, de la

continuidad o de la reproducción socio-cultural, sino que más bien actúa en la medida en que es portadora de un dinamismo que le permite adaptarse y renovarse para dar respuesta a los ritmos y los cambios constantes de la sociedad en su conjunto. El tradicionalismo se mantiene a lo largo del tiempo gracias a su dinamismo, sea para mantener los valores, prácticas y normas más arraigadas de una cultura (tradicionalismo fundamental); o en la medida en que es capaz de proponer nuevos contenidos a través de formas tradicionales y ejercer la continuidad de las apariencias (tradicionalismo formal); o a través de la estrategia de "la tradición reformada" que consiste en dotar de sentido tradicional a las nuevas formas y movimientos sociales, a partir de los cuales logra domesticarlos al servicio de su permanencia (pseudo-tradicionalismo) (Cfr. Balandier 1994: 37).

Para explicar esta situación de tensión donde se enfrentan expresiones de una cultura católica tradicional con una cultura de masas, sea en oposición, contradicción o mestizaje, presentaré tres escenarios contemporáneos: a) los nuevos movimientos religiosos y el catolicismo institucional; b) la reconquista de la moral pública por los militantes católicos, y c) la incorporación de símbolos profanos como herramienta de la nueva evangelización.

Los nuevos movimientos religiosos y el catolicismo institucional

Somos testigos de sincretismos que hace algunas décadas eran difíciles de imaginar, pero que hoy en día se manifiestan como reales y plausibles. Cristina Gutiérrez —quien actualmente realiza una investigación sobre el movimiento Nueva Era (*New Age*) en Guadalajara— explica que la aparición de nuevos movimientos religiosos se caracteriza por: "asociarse a los cambios sociales rápidos, propagarse velozmente utilizando los avances mercadotécnicos, tener estructuras organiza-

les transnacionales, y poseer contenidos doctrinales deliberadamente sincréticos" (Gutiérrez 1996).

Por ejemplo, el impacto que han tenido las religiones y filosofías orientales en las sociedades occidentales, ya sea a través de los grupos identificados dentro del movimiento Nueva Era, o aquellos fenómenos sincréticos en los que sin provocar rupturas son integrados a las grandes religiones como son algunas versiones del catolicismo (Anthony de Melo y Teilhard de Chardin); el crecimiento de las nuevas religiones japonesas y su incursión a través de las altas esferas empresariales en nuestro continente; proyectos de sincretismos culturales como es el de los seguidores del novelista Velasco Piña, basado en el rescate del alma mexicanista y que llevan este sentimiento a comulgar con el Tibet y a fusionarse con imágenes tradicionales de la cultura católica; la proliferación de ofertas esotéricas, o prácticas más locales que buscan revivir los cultos y la cultura prehispánica (baños de temaxcales, rituales para recuperar la décimo tercera luna del calendario maya, las concentraciones rituales en centros energéticos, etcétera).

Estas manifestaciones religiosas apuntan a una desinstitucionalización de lo religioso, que va más allá de las pertenencias o adscripciones religiosas. Funcionan más bien como marcos de referencias que se toman prestados de culturas remotas en el tiempo y el espacio convencional. Se manifiestan como espiritualidades cósmicas y no históricas, porque los grandes relatos históricos de las civilizaciones culturales y de las grandes religiones se presentan en paquete de relatos fragmentados, cuya memoria histórica se restituye en nuevas identidades religiosas. Son múltiples y diversas las formas que encontramos de apropiación de estos macro relatos en sincretismos que los hacen únicos, por eso se les llaman "religiones a la carta" o "*self religions*". Es también difícil ubicarlas en el espacio social de los campos especializados, pues también, como nos lo hace ver Françoise Laplantine, algunos de estos nuevos movimientos religiosos se desarrollan en el campo de la ciencia: en la física (termodinámica); en la medicina (dianética); en la informática (microfilmes de los mormones); en la conquista

espacial (movimiento raeliano), y en la física cuántica (Laplan-tine, conferencia presentada en Recife, 1994). Cristina Gu-tiérrez señala que los simpatizantes del *New Age* están también profundamente asociados con el consumo especializado de bienes y servicios relacionados con la salud, la música, la nutrición, literatura esotérica, productos ecológicos u ofertas de esencias puras; también, dice la autora, están asociados con organismos no gubernamentales que buscan reivindicar los derechos étnicos de los indígenas, el feminismo, pero sobre todo con el movimiento ecologista (Cfr. Gutiérrez 1995: 22).

Por otro lado, encontramos la presencia creciente de los movimientos fundamentalistas, que no sólo no desaparecieron con la modernidad, sino que día con día crecen y cobran fuerza, por ejemplo la presencia creciente de testigos de Jehová y mormones, la difusión por telecable o antena de las iglesias electrónicas norteamericanas, la Iglesia de La Luz del Mundo, versión local del pentecostalismo que ha tenido un asombroso crecimiento —ahora ya transnacionalizada— además de un sinnúmero de denominaciones pentecostales. El pentecostalismo no sólo se sitúa en el mercado religioso compitiendo desde el exterior con la Iglesia católica, sino que ha permeado a las religiones históricas (católicas y protestantes). En el caso del catolicismo local, es sorprendente la fuerza que ha tomado el movimiento de Renovación Carismática Católica al interior de la diócesis de Guadalajara.²⁴

William Mc Neill explica que el regreso al fundamentalismo se debe a los resagos que la modernidad ha dejado en su relación ciudad-campo: por un lado, los campesinos y excam-

24. Aunque es difícil calcular el número de fieles que participan en el movimiento de Renovación Carismática Católica, por su alta movilidad, servirá como dato que en la ciudad existen 280 asambleas de oración, que según un censo que abarca a la arquidiócesis completa cuentan con 13 522 militantes activos y que 600 000 fieles han pasado por el curso de iniciación cristiana del movimiento. Si bien no ha sido aceptado por todos los párrocos locales, en el momento actual se estima que 70% de los laicos, que trabajan en los equipos básicos de las parroquias, pertenecen al movimiento de renovación (datos proporcionados en entrevista personal por José González Monroy, coordinador diocesano del movimiento, Guadalajara, 15 de agosto de 1995).

pesinos (migrantes a las ciudades) se descubren desprovistos de sus formas tradicionales de organización social y sin una oferta plausible para incorporarse a la urbe y al mercado. Por otro lado, las comunicaciones electrónicas exhiben la riqueza y las facilidades urbanas, mismas de las que se saben privados. Cuando la ciudad no los alberga se emprende la búsqueda por encontrar nuevas formas de comunidad, de solidaridad, de reciprocidad, de intercambio, de identidad. El autor explica que:

El crecimiento de la población, por un lado, y las nuevas formas de comunicación, por otro lado, han dislocado usos y costumbres a escala masiva, creando inseguridad personal, aislamiento y desengaño con harta frecuencia. La tensión resultante puede encontrar, y a menudo lo hace, expresión en los movimientos fundamentalistas que se contraponen a la incertidumbre por la enfática afirmación de verdades eternas, y que contrarrestan el aislamiento y el desengaño formando comunidades de apoyo configuradas en conjuntos de feligreses (Mc Neill 1994: 33).

Esta fluctuación de religiosidades no se da nada más a nivel de las pertenencias religiosas, sino también a través de los marcos de referencia de las identidades.²⁵ Al respecto, una encuesta sobre diversidad religiosa entre los pobladores de la zona metropolitana de Guadalajara, aplicada en marzo de 1996, muestra que la mayoría de los habitantes de la ciudad de Guadalajara son católicos (89%), sólo 3% pertenecen a denominaciones cristianas (protestantes o pentecostales); y 4% declaran no tener adscripción religiosa. Ahora lo interesante será saber en qué creen los católicos, para lo cual recurriré a dos ejemplos que nos pueden ayudar a adentrarnos al imaginario religioso. Para 40% de los entrevistados Dios se representa a través de la Santísima Trinidad, 37% lo simboliza como fuerza

25. Gilberto Giménez (1993) distingue dos tipos de identidades: las identidades por referencia (marcos de producción y distribución simbólica: filosofías, comunidades místicas o imaginarias, símbolos, modos de consumo, etcétera) de las identidades por pertenencia (como colectivo institucionalizado con matriz socio-territorial).

vital o energía, 17% cree en un Dios personal, al 2% le es indiferente, y sólo 0.8% se considera ateo. Evidentemente, la doctrina ortodoxa del catolicismo tradicional sigue siendo la más fuerte, pero ni siquiera es mayoritaria, cediendo paso a un imaginario de Dios como fuerza vital o energía, que tiene su origen en matrices no cristianas, ya sea por el desarrollo científico de la física como explicación del mundo, o como parte del desarrollo de las culturas gnósticas u orientales. De igual manera, es significativo lo que se imaginan los cristianos que existe después de la muerte. Aunque la mayoría sigue creyendo en la resurrección y el juicio final (37%), las ideas medievales del cielo y el infierno como destino transmundo no han desaparecido (31%), lo que llama la atención es la presencia de la reencarnación en el imaginario cristiano de la vida después de la muerte (15%), cuando la matriz cultural no sólo no es propia del catolicismo sino que tiene su origen en el induismo. Difícilmente podría pensarse que la creencia en la reencarnación provenga de los movimientos religiosos induistas instalados en Guadalajara, pues son escasos y reducidos en su membresía, además de que no cuentan con una labor proselitista, más bien hay que considerar que estos marcos doctrinales son incorporados de múltiples mensajes provenientes de los medios masivos de comunicación. Por último, los que reportan que creen que no hay nada, alcanzan 10% (que rebasa por mucho al 0.8% que se considera ateo). Esto quiere decir que un buen número de católicos, que se autodefinen como tal, han perdido la creencia en que exista una oferta de trascendencia cristiana.²⁶

La interconexión de estos marcos de identidad dificulta hoy en día nuestra capacidad para diseñar una geografía cultural o un mapa de identidades. Un buen número de las identidades contemporáneas surgen más allá de las instituciones, de las

26. Los datos fueron tomados del Estudio de Opinión sobre Diversidad Religiosa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, realizado por Fortuny, Dorantes, Gutiérrez y de la Torre, en marzo de 1996. La aplicación de la encuesta fue realizada por el Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Guadalajara a una muestra estratificada, con 5% de margen de error.

regiones, de las civilizaciones culturales, de los territorios y de los núcleos familiares. Esto se debe a que ciertas identidades se gestan a través de las mediaciones comunicativas, que acortan las distancias para poner a disposición de la sociedad marcos referenciales que antes eran muy lejanos y por tanto inexistentes para ciertas culturas locales.²⁷ Las fuentes de producción y los canales de distribución de la cultura ya no son localizables territorialmente, puesto que la comunicación (como proceso indispensable para la producción del sentido común) revolucionada por las nuevas tecnologías, se ha convertido en un poder invisible que está presente en los procesos cara a cara.

Ante este panorama se vuelve un imperativo construir puentes y mediaciones que nos permitan ir más allá de las afiliaciones formales y más acá de las afiliaciones imaginarias, a fin de poder trazar las nuevas identidades de los creyentes.

La reconquista de la moral pública por los militantes católicos

Somos testigos del impacto que tiene la globalización y la secularización en la transformación de lo público y lo privado. Por un lado, la industria televisiva y el video ingresan en los hogares y se incorporan como parte de la vida privada de sus consumidores. Por otro lado, desde unos años para acá, los contenidos de algunos programas televisivos, como *Cristina*, *Nino Canún* y *Queremos saber*, buscan desentrañar lo que siempre se guardó oculto en las historias de familia, aquello que buscaba archivar en el olvido, o cuyo testigo se mantenía

27. Por ejemplo, el *American way of life* ha sido marco de identidad referencial aun en los países que pertenecían al bloque socialista. Asimismo, existen movimientos culturales que han sido reciclados para presentarse como mercancía de consumo, por ejemplo el movimiento hippie o el punk. Otros ejemplos importantes son los casos de manifestaciones musicales, las modas, lenguajes, símbolos y otros artículos de consumo, que operan como prototipos de lo que uno desea ser y por tanto no sólo modelan las formas de consumo, sino también las formas de vida.

resguardado al interior del hogar o en la intimidad. Temas referentes a la sexualidad, el aborto, el adulterio y el incesto eran difundidos masivamente con nombre y apellido de manera pública, rompiendo el velo de su privacidad custodiada, y al mismo tiempo eran transportados vía señales hertzianas al interior de los hogares.²⁸ Ante esta situación, en marzo de 1993, algunos católicos de la ciudad de Guadalajara, en su mayoría amas de casa, se sintieron penetrados en su privacidad y decidieron salir a la calle para hacer público su descontento en una manifestación callejera en la que solicitaban la censura de dichos programas televisivos.²⁹

De aquí nace el movimiento Alianza Fuerza Opinión Pública, en el cual convergen trece organizaciones cívico católicas.³⁰ Desde su fundación han hecho presión pública en distintas campañas (a través de ruedas de prensa, desplegados,

28. Este tipo de fenómenos han sido analizados por Baudrillard. Quien al respecto dice: "Esta pérdida de espacio público tiene lugar al mismo tiempo que la pérdida del espacio privado. Uno ya no es un espectáculo, el otro ya no es un secreto. Su oposición distintiva, la clara diferencia de un exterior y un interior describían exactamente la *escena doméstica* de los objetos, con sus reglas de juego y sus límites, y la soberanía de un espacio simbólico que era también el del sujeto. Ahora esta oposición se diluye en una *obscenidad* donde los procesos más íntimos de nuestra vida se convierten en el terreno virtual del que se alimentan los medios de comunicación. Por el contrario todo el universo llega a desplegarse arbitrariamente en nuestra pantalla doméstica; todo esto hace estallar la escena anteriormente reservada por la separación mínima de lo público y lo privado, la escena que se representa en un espacio restringido, según un ritual secreto que sólo conocen los actores" (Baudrillard 1988: 192).
29. Sobre este tema puede consultarse a Margarita Garza Cuéllar, quien está realizando una investigación sobre las estrategias discursivas de Alianza Fuerza Opinión Pública (AFOP).
30. Las organizaciones civiles que convergen en AFOP son: Unión Nacional de Padres de Familia, Provida, Centro de Información del Método Billings, la Asociación Cívica Femenina, Fúndice, Amiga Moral, Mesa de Opinión Pública, ¡Di Basta!, Esposas Cristianas y el Consejo Mexicano de Derechos Humanos —perteneciente al Desarrollo Humano Integral A.C.— y en últimas fechas se creó la organización el Grupo de Apoyo Ciudadano a la Alianza para la participación de ciudadanos que no militaban en organismos cívicos.

marchas y campañas de boicot) entre las cuales sobresalen: la protesta pública por la inmoralidad de la programación televisiva (sobre todo pidiendo que sacaran del aire los programas de Cristina, Nino Canún y María Laria);³¹ la campaña permanente para clausurar centros nocturnos de reunión como han sido: Danceteríaz (empresa organizadora de fiestas *Rave*), laberintos de las fiestas de Octubre, y el establecimiento de *Table Dance* en una zona residencial de la ciudad; la campaña en contra de los contenidos de educación sexual que difundía Mexfam en las escuelas públicas; su participación en la asociación “Una Sola Voz” que se fundó para manifestarse a propósito del asesinato de Juan Jesús Posadas en mayo de 1993; su colaboración con la Unión Nacional de Padres de Familia para impedir el concierto de Madonna en la ciudad de México; la organización de un boicot a las empresas patrocinadoras de caricaturas para los niños: Dinosaurios, Caballeros del zodiaco y el programa de Beverly Hills, etcétera.

En el momento actual la amenaza contra la educación sexual ya no está representada únicamente por la laicización de las escuelas y sus contenidos educativos —como se percibía por estos grupos a partir de los años veinte—, ahora se enfrentan a un nuevo enemigo que transgrede los límites tradicionales entre lo público y lo privado: la televisión.

En los últimos años, la televisión no sólo se sitúa en el espacio público, sino que se adentra en los rincones de la intimidad. Asimismo, los contenidos de algunos programas televisivos, como fueron *Cristina*, *Queremos Saber* y *Nino Canún*, se han encargado de publicitar masivamente los vicios privados como virtudes públicas. Los medios masivos de comunicación producen un nuevo giro en el que lo íntimo se publicita y se adentra en el tejido de la vida privada, sacando los secretos de las alcobas —el espacio más íntimo— y poniéndolos a debate en el seno familiar. Una mediación que atraviesa y conecta de ida y vuelta los mundos de la intimidad, de la

31. A partir de esta marcha, la opinión pública bautiza a la asociación bajo el nombre de “las mujeres de blanco”, pues las damas vestían de blanco para simbolizar la pureza.

publicidad y de la privacidad familiar. Un nuevo referente que opera en la simultaneidad espacio-temporal del afuera-dentro-afuera. Ante este nuevo panorama que se impone a través del dominio del consumo, las campañas moralistas han reaccionado de la misma manera como reaccionaban frente a los embates del Estado por la educación socialista.

Si bien, como apunta Carlos Monsiváis, hemos pasado de la época caracterizada por "cristianismo sí comunismo no" a la época de "cristianismo sí hedonismo no", esta nueva consigna no es tan clara, pues si antes había una conciencia total de odio en contra del comunismo, en el momento actual aun los católicos más militantes no desean perder su *status* de consumistas, cito a Monsiváis: "Y en el *ranking* del odio, en lugar de la educación laica, tan evitable, aparece la televisión lujuriosa, tan inescapable"(1993: 46).

Los movimientos católicos conservadores lejos de buscar nuevas estrategias de concientización y uso de las nuevas realidades *mass mediadas* de las que todos formamos parte, han implementado las estrategias convencionales de los años cincuenta: el llamado al boicot consumista, la protesta ante las autoridades estatales, marchas y mítines, la destrucción simbólica y pública de televisores, las cartas solicitando la censura de programaciones "inmorales". Campañas dirigidas al fracaso. Pues aunque los grupos conservadores no pueden desconocer que existe un espacio secularizado, no reconocen la autonomía de este espacio ampliamente laicizado en el cual han perdido autoridad frente a la sociedad de consumo, es decir, frente a una masa de la cual, con sus peculiaridades, ahora también forman parte, y a la cual quisieran ordenar moralmente desde una posición minoritaria y exclusivista que se diluye en la masificación consumista. Si bien, el argumento utilizado frecuentemente en los discursos de la Alianza Fuerza Opinión Pública alude a la defensa de los valores mayoritarios del pueblo mexicano, hegemonícamente católico, y mantiene la concepción de que la inmoralidad se impone desde fuera, en este nuevo escenario, mediado por las comunicaciones, el combate hacia el enemigo externo ya no es suficiente pues está arraigado en las

conciencias, en los usos y costumbres de todo el pueblo mexicano, mayoritariamente católico.

El momento actual no sólo se caracteriza por una relativización de la moral, sino también por un renacimiento de los frentes moralizadores de la cultura y de la vida urbana. Guadalajara, en los últimos años, ha sido un centro importante de cruzadas en contra de la inmoralidad, organizadas no sólo por las agrupaciones cívicas católicas, sino también por la Junta de Mejoramiento Moral, Cívico y Social de esta ciudad y por sus autoridades locales, a saber, Gabriel Covarrubias (1989-1991) y Cesar Coll en el periodo actual (1995-1998). Dichas cruzadas han estado encaminadas a sanear distintos frentes: la educación sexual en las escuelas, la inmoralidad en los espacios públicos (calles, parques, centros de diversión, conciertos, etcétera) y los medios masivos de comunicación.

La incorporación de símbolos profanos como herramienta de la nueva evangelización

Por su parte, dentro de la diócesis de Guadalajara se han venido desarrollando movimientos juveniles que buscan innovar formas de acceso a la cultura secular, sobre todo el movimiento Barrios Unidos en Cristo, el movimiento Evangelización 2000 y algunas expresiones de la Pastoral Juvenil y la Pascua Juvenil.

Muchos sociólogos contemporáneos describen la cultura rock como una de las manifestaciones más claras de la religión profana,³² se basan en señalar el ritualismo que atraviesa a las manifestaciones masivas alrededor del rock; su capacidad de constituirse en objeto de culto grupal; su intensa ritualidad que consagra una forma de ser y de vivir contestataria; y porque apunta a: "una oferta de realización, ser y salvación, por referencia a un grupo, un modo o gramática de la vida y unos ejemplares, las estrellas del rock, con su vida a menudo libre,

32. Entre los trabajos más importantes sobre las funciones religiosas del rock están los de Ellingson 1987, Seca 1988, Maffesoli 1990, Nadeau 1994 Piette 1993, citados en Mardones 1994, pp. 92-93.

airada, desmarcada de esta sociedad y usando la lógica del consumo” (Mardones 1994: 92).

Tal vez, por esta razón, el rock se ha convertido en últimas fechas en un espacio cultural estratégico hacia donde van dirigidos los proyectos de evangelización juveniles. Cristianizar la cultura del rock es hoy en día un terreno de misiones. Por ejemplo, Barrios Unidos en Cristo busca evangelizar lo que Juan Pablo II ha denominado “la cultura de la muerte” adoptando las formas y símbolos propios de los chavos banda y de la juventud de barrio para resignificar cristianamente estas expresiones. Este movimiento surge de las inquietudes de los laicos, jóvenes que pasaron por la experiencia de las bandas y vivieron su propia conversión en Cristo decidieron fundar un movimiento que atendiera a este sector social: “el más señalado, más odiado, más recriminado de la sociedad, nuestro objetivo es atenderlos llevando el evangelio y alcanzando la prevención y rehabilitación de la drogadicción” (entrevista con Joel Chávez, fundador y dirigente de Barrios Unidos en Cristo, 5 de junio de 1995). Surgen en el barrio del Divino Preso en Guadalajara. Se definen por tener una espiritualidad abierta que toma sin reservas elementos de otros movimientos. Este movimiento poco a poco se ha ganado la confianza de los sacerdotes para entrar en las parroquias —aunque no sin rechazos de muchos sacerdotes que desconfían de ellos por sus apariencias— y han logrado extenderse de manera creciente en los últimos años por las parroquias de la diócesis y en otros estados del país. La evangelización se predica en la calle con las bandas o pandillas juveniles urbanas y en las cárceles:

La gente que hoy está adentro, mañana está en la calle bien drogado. La cárcel y la calle para nosotros es el mismo espacio, nos separan sólo unas paredes, el hecho de que son presos. Quita lo de presos y son los mismos que están en la calle (entrevista con Joel Chávez, 5 de junio de 1995).

Funcionan a través de una organización muy formal de formación de líderes modernos, cursos bíblicos, cursos de evangelización, asambleas de oración, etcétera. Organizan conciertos de rock, realizan reuniones semanales al estilo Alcohólicos

Anónimos para ayudar a los jóvenes a salir de la drogadicción y el bandolerismo, tienen casas de rehabilitación, y emprenden una nueva pastoral dirigida a jóvenes en situaciones críticas: drogadicción, alcoholismo y prostitución. En las sesiones se implementa el método de CEBs de ver-juzgar-actuar mediante lecturas bíblicas, reflexión de la realidad y propuestas para transformar sus problemas de drogadicción, alcoholismo y bandolerismo. A la vez, las formas de orar están muy influidas por el movimiento de Renovación del Espíritu Santo (cantos, aplausos, oraciones extáticas), que los apoya en la formación religiosa. El lenguaje, los tatuajes, su moda estrafalaria, las pintas y la música propia de estos grupos juveniles, no son vistos como un atentado a la moral y las buenas costumbres, por el contrario se incorporan como elementos simbólicos importantes para construir puentes de encuentro entre los jóvenes y la Iglesia. A las tocadas de rock, asisten sacerdotes y en medio de una tocada se habla de Cristo y se les incita a orar, al terminar se continúa con la fiesta. Se baila al ritmo del rock cristiano, cuyo sonido *heavy metalero* transporta los pasajes bíblicos del antiguo y el nuevo testamento. En los cuerpos de los jóvenes los tatuajes dibujan símbolos sagrados y profanos que producen un nuevo mensaje, como es el de un joven que tenía sus brazos tatuados de mujeres desnudas y en su espalda anunciaba "perdón María". Pero aunque el mensaje cristiano se desplaza al escenario profano del rock, de las camisetas, de los cuerpos desnudos, la cultura del rock no se incluye en las eucaristías dirigidas al movimiento, por considerarlo profano.

Por su parte, Evangelización 2000, aunque también busca refuncionalizar los espacios seculares, está más enfocado a contrarrestar el crecimiento de los movimientos evangélicos y pentecostales, y junto con Lumen 2000 tienen una estrategia para hacer uso intensivo de los medios masivos de comunicación al servicio de la institución católica. Evangelización 2000 busca reconocer la diversidad cultural para recristianizar las culturas:

No tratamos de quitarle al pueblo sus valores culturales, queremos evangelizarlos desde su realidad, valorando lo que tienen de positivo y eliminando los antivalores (lo que va en contra del evangelio), observando y reconociendo la riqueza de sus costumbres para enfatizar lo bueno, y no para destruirla. No vamos a decirles: quite esa imagen de ese Santo porque eso es idolatría, sino más bien le explicamos quien fue ese Santo y desde ahí lo evangelizamos a que encuentre a Cristo” (entrevista con Baltazar Vallejo, dirigente de Evangelización 2000, Guadalajara, 5 de noviembre de 1992).

Este movimiento busca instaurar un diálogo con protestantes y pentecostales a través del encuentro bíblico, con jóvenes a través de su propia cultura rockera, con grupos étnicos a través de sus tradiciones, etcétera. Por ejemplo, desde 1992, han organizado conciertos de rock cristiano “Jalel”, que sirven como espacios de evangelización juvenil masiva (más de cinco mil participantes). Los organizadores reconocen que es difícil evangelizar en los conciertos de rock, ya que el ambiente no es propicio, sin embargo, consideran que para llegarle a la juventud hay que partir de su propia realidad:

Por ejemplo en el jalel hicimos paños con el símbolo de Jalel, cruces grandes como las que les gusta colgarse pero con mensaje del jalel, camisas con colores fosforescentes. Incorporamos todo lo que los chavos donde podían utilizar en un concierto de rock, todo un lenguaje que va desde cassette, música, tatuajes en hojas. O sea queríamos que realmente fuera toda una cultura de barrio para el chavo, para que se sintiera en su ambiente, en su medio. Pero el mensaje fue cambiando los valores de negativos a positivos, cambiando los símbolos de la muerte (calaveras, ahorcados, cruces) por símbolos de vida (jesucristo). De esta manera estamos dándole lo mismo al chavo, pero con los valores evangélicos. Hubo chavos que salían con una experiencia de salvación bien profunda (entrevista con Baltazar Vallejo, dirigente de Evangelización 2000, Guadalajara, 5 de noviembre de 1992).

Por su parte, los contenidos de la producción videográfica de Lumen 2000 difieren en gran medida de las estrategias cristianizadoras del rock de Barrios Unidos en Cristo, pues mientras éstos lo consideran un medio de cristianización, Lumen ve en el rock el vehículo de los mensajes satánicos.³³

Reflexiones finales

Lo aquí presentado es apenas una muestra de los encuentros y desencuentros entre la religiosidad y la cultura de masas. No pretende agotar las manifestaciones que unen puentes entre el mundo secular y el mundo religioso. Pero considero que nos plantea nuevos retos para quienes queremos entender la producción simbólica contemporánea, ya sea que nos posicionemos desde las mediaciones comunicativas o desde la producción de la religiosidad contemporánea. Más que concluir, abre nuevos espacios de reflexión para entender que las nuevas fronteras entre lo religioso y lo profano se encuentran entremezcladas en sus propios campos especializados. Es decir, habrá que redimensionar tanto la producción de la sacralidad profana como la profanización de la religiosidad institucional. El reto será atender las nuevas intersecciones de estas fronteras móviles, sin perder de vista que a pesar de su carácter fluido y transitorio, no dejan de ser fronteras de interacción y de conflicto social.

BIBLIOGRAFÍA

- BALANDIER, Georges (1994) *El desorden. La teoría del caos y las ciencias sociales*. Barcelona: Gedisa.
- BAUDRILLARD, Jean (1988) "El éxtasis de la comunicación" en varios *La posmodernidad*. México, D. F.: Kairós/Colofón.

33. Cfr. *La música rock: investigación y crítica*, video producido por Lumen 2000.

- BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN (1986) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores (octava reimpresión).
- BILBENY, Norbert (1990) *El discurso de la ética. Historicidad y lingüisticidad de la ética*. Pamplona: PPU.
- CERVANTES, Faustino (1952) "La tremenda realidad del medio social mexicano", publicado en *Christus*, núm. 10, año 17, octubre de 1952, pp. 799-808.
- DE LA PEÑA, Guillermo (1986) "Mercados de trabajo y articulación regional: apuntes sobre el caso de Guadalajara y el occidente de México" en de la Peña y Escobar (comps.) *Cambio regional, mercado de trabajo y vida obrera en Jalisco*. Guadalajara: El Colegio de Jalisco.
- DURKHEIM, Emile (1995) *Las formas elementales de la vida religiosa*. México: Ediciones Coyoacán (primera edición 1912).
- GARCÍA CANCLINI, Nestor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- (1993) "México: la globalización cultural en una ciudad que se desintegra" en *Ciudades. Ciudad y Estado. ¿Nuevas formas de intervención?*, núm. 20. México: Red Nacional de Investigación Urbana, octubre-diciembre de 1993.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1993) "La religión como referente de identidad" (mimeo).
- GUTIÉRREZ, Cristina (1996) "Nuevos Movimientos Religiosos: El *New Age* en Guadalajara", en prensa, en *Relaciones*. Zamora: El Colegio de Michoacán, verano de 1996.
- HERVIEU-LÉGER, Danièle (1993) *La religion pour mémoire*. Paris: Les éditions du cerf.
- LUCKMANN, Thomas (1989) "Religión y condición social de la conciencia moderna" en Palacios y Jarauta (eds.) *Razón ética y política. El conflicto de las sociedades modernas*. Barcelona: Anthropos (pp. 87-108).

- MARDONES, José María (1994) *Para comprender las nuevas formas de la religión*. Navarra: Editorial Verbo Divino.
- MC NEILL, William H. (1994) "El fundamentalismo y el mundo de los 90", en *Revista Vuelta*, marzo de 1994, núm. 208, p. 33.
- MONSIVÁIS, Carlos (1993) "Cristina, entre el derecho a la privacidad y el rompimiento de tabúes", en *Proceso*, 17 de mayo de 1993, p. 46.
- MURO, Gabriel (1994) *Iglesia y movimientos sociales*. México: El Colegio de Michoacán/Red Nacional de Investigación Urbana.
- THOMPSON, John B. (1993) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco.
- VOGT, Wolfgang y Celia del PALACIO (1987) *Jalisco desde la revolución. Literatura y prensa 1910-1940*, tomo VIII. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco/Universidad de Guadalajara.
- WEBER, Marx (1987) *Ensayos de sociología de la religión*, tomo I. Madrid: Taurus.
- (1992) *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica (primera edición al alemán 1992).
- ZERMEÑO, Guillermo y Rubén AGUILAR (1988) *Hacia una reinterpretación del sinarquismo actual*. México: Universidad Iberoamericana.