

# El consumidor religioso de La Iglesia Universal del Reino de Dios.

Eleonora Pagnotta<sup>1</sup>

## *RESUMEN*

En las últimas décadas la religión y la religiosidad han experimentado cambios significativos. La recomposición del panorama socio-religioso mexicano muestra la expansión del Cristianismo evangélico a través de movimientos diferentes, sobre todo pentecostales y neopentecostales. En este mundo evangélico tan heterogéneo y hay miles de denominaciones que compiten para conquistar y/o mantener su “plaza” dentro del campo político religioso. Entre ellas está la Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD), mejor conocida como “Pare de sufrir”, la cual ha irrumpido en el panorama mexicano a partir de los años 90, obteniendo su registro como AR en 2001 y conquistando un gran número de fieles a lo largo de dos décadas, sobre todo mediante sus campañas de sanación, el uso extraordinario de los medios de comunicación masiva y las promesas de milagros *exprés*.

**Palabras clave:** Pentecostalismo, Neopentecostalismo, México, campo político religioso, IURD, Evangélicos, sociedad de consumo, perspectiva del creyente

---

<sup>1</sup> Doctora en antropología en “Mito, rito y prácticas simbólicas” en Universidad “Sapienza” de Roma, Italia, así como maestra en Estudios Religiosos Históricos y licenciada en ciencias Históricas email: syaska\_e3@hotmail.com

México representa un “laboratorio” de estudio privilegiado bajo distintos puntos de vista: por su particular condición multicultural, por su cercanía a Estados Unidos, por la coexistencia, en su interior, de distintas etnias, sistemas culturales, religiones y religiosidades. La estructura del campo socio-religioso actual refleja sin duda alguna esta heterogeneidad. Como muchos estudiosos subrayan, en los estados mexicanos la religión y la religiosidad están experimentando cambios significativos en las últimas décadas. La recomposición del panorama socio-religioso muestra la expansión del Cristianismo no católico a través de movimientos religiosos diferentes; la diversidad y la pluralidad se han convertido en rasgos distintivos de la realidad religiosa mexicana (Bastian, 1997; Hernández-Rivera, 2009; Masferrer, 2011). El pluralismo religioso ha significado la ruptura de lo que Berger define “dosel sagrado”, bajo el cual la mayoría de las personas reconocía y compartía ciertos valores, actitudes éticas y comportamientos sociales. El campo socio-religioso se va diferenciando y los individuos eligen, entre distintas ofertas religiosas, la que más se adecúa a la particular naturaleza y personalidad de cada uno. En este contexto el mercado religioso se convierte en la institución principal que regula las creencias: según el sociólogo Wynarczyk (2009: 97) “El concepto de apertura del mercado religioso refleja el tránsito de un sistema de monopolio religioso (caracterizado, por ejemplo, por la alianza Iglesia-Estado) a un sistema de libre oferta y demanda”. Por otro lado, la misma imposición de la economía de mercado con tendencias totalizantes ha llevado al encuentro entre religión y economía; en la opinión de Silveira Campo (2000: 175) la transformación del campo religioso en un mercado representaría también “una consecuencia de la fuerza homogeneizadora del mercado sobre el universo religioso en general”.

Desde un punto de vista cualitativo y cuantitativo el panorama varía considerablemente según el específico contexto estatal. Sin embargo, en general se registra una disminución de la pertenencia católica a favor de nuevos grupos religiosos, principalmente pentecostales y neopentecostales. Según la clasificación propuesta por Allan Anderson (2007) se define Pentecostalismo clásico aquel movimiento surgido en 1906 en la iglesia de Azusa Street, Los Ángeles, cuya doctrina principal es la creencia en el Bautismo del Espíritu

santo, que confiere los dones y carismas (capacidad de curar, tener visiones, exorcizar y la glosolalia) según la interpretación literal del episodio de Pentecostés relatado en los Hechos de los Apóstoles. En general, las iglesias pentecostales clásicas comparten la creencia en la existencia del diablo considerado la causa de todos los males y sufrimientos, y la doctrina del sacerdocio de todos los creyentes. Sobre la base de este principio cualquier persona que haya experimentado el Bautismo del Espíritu puede convertirse en pastor y evangelizar.

En cuanto a la definición de neopentecostalismo, Anderson considera que éste es un fenómeno surgido entre los años 70 y 80, constituido por un número indefinido de organizaciones religiosas. Las iglesias neopentecostales comparten la creencia en el Bautismo del Espíritu Santo, pero la consideran como “prerrequisito” indispensable para conseguir la prosperidad y el bienestar en la vida cotidiana, de aquí el énfasis y la atención en el bienestar material, en el *hic et nunc*. Las denominaciones neopentecostales pueden tener incluso un carácter transnacional, hacen un notable uso de los *mass media* para difundir sus mensajes y por esa razón en muchos casos se les define como “iglesias mediáticas”. El lenguaje y las técnicas de comunicación utilizadas se caracterizan por ser agresivas y enfatizar el éxito personal, los recursos financieros acumulados les permiten adquirir espacios de grandes dimensiones como ex-cinemas, teatros, etcétera, para acoger a miles de fieles y por esa razón se habla de mega-iglesias. Además, la estructura de los grupos neopentecostales es generalmente muy bien definida, caracterizada por una estricta jerarquía.

Más allá de esta categorización, existen nuevas propuestas teórico-metodológicas como la de *transpentecostalismo* (Leite de Morae, 2011), elaboradas para clasificar ciertas denominaciones específicas que tienen características y modus operandi peculiares como es el caso de la Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD), mejor conocida como “Pare de Sufrir”. Fundada en Brasil en 1977 por Edir Macedo, esta denominación se caracteriza por un extraordinario y controvertido éxito, que ha llamado la atención de muchos estudiosos en distintos países. La Iglesia Universal constituye un caso ejemplar de organización religiosa de carácter transnacional cuyo éxito

se considera impresionante: cuenta con decenas de estaciones de radio, una cadena de televisión llamada *TV Récord*, una emisora en internet *TV Universal* y varios periódicos. Según la Fiscalía Federal de Brasil, entre 2003 y 2006 la IURD habría recibido donaciones por un total de 2 mil 295 millones de dólares (Cierran bancos cuentas a iglesia pare de sufrir, s. f.). En este país la IURD constituye también una fuerza política notable, como se pudo ver en las elecciones presidenciales del año pasado, cuando el apoyo de Macedo (dado a conocer en su página de Facebook, cuando un seguidor le preguntó por quién votaría) fue de suma importancia para el candidato Bolsonaro. Con una entrevista “postiza” en TV Record el aspirante ultraderechista “aprovechó los 30 minutos que le brindó Record para tratar de humanizar su retrógrada figura, sin ápice de confrontación por parte del entrevistador” (Los evangélicos se convierten a Bolsonaro, 2018).

Actualmente es difícil precisar el número de creyentes, miembros y templos de la Iglesia Universal; en 2014, el diario ecuatoriano *El Universo* estimaba que la IURD estaba presente en 172 países bajo diferentes nombres como «Pare de Sufrir», «Oración fuerte al Espíritu Santo», «Comunidad Cristiana del Espíritu Santo», «Arca Universal» o «Familia Unida» y solamente en Brasil tenía 8 millones de fieles, 9600 pastores, 4700 templos y recaudaba 2000 millones de dólares al año (Iglesia inaugurará réplica del Templo de Salomón, 2014).

El núcleo básico de sus prácticas y creencias es el mismo del pentecostalismo clásico: la creencia en el Bautismo del Espíritu santo y en los dones y carismas como el de lenguas, la sanación divina, el exorcismo, las profecías y las visiones. Sin embargo, además de ese conjunto doctrinal, la IURD ha desarrollado unos cuantos principios relacionados con el papel del Diablo en la vida de los seres humanos y la posibilidad de obtener una vida próspera y bienestar material a través del poder “mágico” de la fe. Jesucristo es considerado como el gran curandero que puede sanar de cualquier mal y enfermedad, puesto que el sufrimiento y los problemas son obras del Diablo. Para la Iglesia Universal el cuerpo humano representa la “cancha” donde tiene

lugar la guerra espiritual contra las fuerzas del mal, que se pueden derrotar a través del poder de la fe.

Otro pilar doctrinal fundamental de la IURD es la llamada Teología de la Prosperidad. Macedo mismo enseña que el dinero es el instrumento “sagrado” utilizado por parte de Dios para llevar adelante Sus obras. Dios es el dueño de todas las cosas, pero el hombre puede ser su socio en los planes del mundo. En consecuencia de eso, si el hombre pone el dinero, por su parte Dios pondrá lo suyo, o sea su fuerza y poder divino. Hacer ofrendas a la Iglesia significa prepararse para obtener la bendición de Dios, puesto que el dinero representa en las obras divinas lo que la sangre constituye para el cuerpo humano: el diezmo es el medio para dar honor a Dios y conseguir su bendición. Se define al diezmo y las ofrendas en términos de sacrificio y se hace la recaudación del dinero de manera sistemática durante los servicios litúrgicos.

La semana misma está dividida en “corrientes de fe”: cada día es destinado a algún tema en particular. En México, la liturgia tiene lugar tres veces al día: de lunes a viernes a las 10 a.m., a las 4 p.m. y a las 7 p.m., mientras que el domingo es a las 7.30 a.m., a las 10 a.m. y a las 7 p.m. Cada día se trata un tema específico. El lunes es el “Congreso para el éxito”, destinado a los empresarios y a los que tienen problemas laborales; la liturgia del martes se focaliza en la sanación física; el miércoles se le define “Escuela de la fe” y se estudia la Biblia; el jueves es la “Terapia del Amor” y se centra en el valor de la familia; el viernes es “la sesión de descarga espiritual” y está reservado a los exorcismos y a las prácticas de liberación del Demonio; el sábado está dedicado a los llamados “casos imposibles”; finalmente el domingo se celebra el “Tratamiento del cielo”, la “Cura de los vicios” y el “Estudio de las elecciones correctas” ([Sitio web de la Iglesia Universal], s. f.). Además de este calendario semanal, se organizan campañas de fe especiales como la del “Monte Sinaí” o la “campaña de Israel”, en las que se hacen oraciones y recaudaciones de dinero específicas.

El servicio dura aproximadamente hora y media; el momento central es el discurso del pastor cuyo tema depende del día de la semana; en el tiempo

restante se alternan los cantos y los testimonios de los fieles. La música es un elemento fundamental y las canciones desarrollan varios temas como la fuerza de la fe, el concepto de pueblo elegido o la promesa de Dios de obtener prosperidad<sup>2</sup>. El canto es acompañado por alabanzas, gritos y aplausos. La participación de los asistentes es muy emocional, hasta llegar a llorar y a desmayarse. Los testimonios de los fieles cuentan los cambios que tuvieron en sus vidas desde que ingresaron en la IURD y hablan de éxito personal, en el trabajo, mejora de la situación familiar o sanación de enfermedades entre otros.

También las prácticas exorcistas constituyen una parte fundamental de la liturgia. El mal, bajo los distintos sufrimientos emocionales o físicos padecidos por las personas, es considerado consecuencia de la acción del Diablo y la lucha contra este es conducida por los pastores y obreros<sup>3</sup>, aunque a veces se les pide a los mismos fieles imponer sus manos en la cabeza, gritando “Sal, sal, en nombre de Jesús”. En Brasil, por ejemplo, los nombres de los demonios están tomados del listado de los orishas del culto afro brasileño del candomblé, o se hace referencia a la brujería, hechicería, mal de ojo— según la cultura religiosa local- o simplemente a la depresión y a la tristeza. Cuando el Diablo se manifiesta, según ellos, empieza la oración fuerte, en la cual el pastor, gritando con su micrófono e imponiendo sus manos, conduce la lucha en contra del espíritu maligno, hasta que este abandone el cuerpo del fiel. En ese contexto, el pastor juega un papel fundamental: es carismático, sabe provocar a la gente y hacerla participar de forma activa.

Haciendo referencia a la Biblia, el pastor logra que el fiel se sienta comprendido en sus problemas y que él mismo busque solución en los dictámenes de la Iglesia. Con ese propósito se utilizan palabras “fuertes” como “liberación”, “vida destruida”, “sacrificio” y el mismo pastor suele pedir el *feedback* de los fieles a través de expresiones como “Amén, así sea, gracias a Dios”. Como menciona Pierre Bourdieu, podríamos decir que el pastor reúne

---

2 A continuación, unos versos de canciones del repertorio iurdiano escuchadas durante algunas liturgias: “La Fe tiene el poder, todo es posible para aquel que cree, insista no desista, Jesús prometió, Usted va a vencer”; “Voy a luchar, voy a vencer, porqué el Dios que yo sirvo es el mismo de Abraham”.

3 Así son llamados los asistentes del pastor.

“las competencias de la *public relationship*, la simpatía del *show man* televisivo, la agudeza de un empresario de *marketing*, la capacidad de saber escuchar y orientar a los demás de un terapeuta, la facilidad de actuar característica de un actor profesional y la eficacia de un mago” (como se cita en Silveira Ocampos, 2000: 76). A eso hay que añadir que los pastores que administran los templos locales son todos de origen brasileño y no tienen una formación propiamente teológica, sino más bien experiencial y empresarial: empiezan como ayudantes de otro pastor y cuanto más demuestren capacidades y carisma, más tendrán posibilidad de ascender dentro de la institución.

Otro aspecto muy importante a destacar es relativo a la mercantilización de lo “sagrado”. La Iglesia Universal ha desarrollado un gran imperio financiero gracias a la venta de objetos sagrados en sus programas televisivos y de videos, cds y libros de su fundador. Aparecen rosas bendecidas, botellitas de aceite bendecido y de agua del río Jordán y otros objetos más, que se llenan de contenido simbólico a los ojos del fiel y adquieren un significado y una carga simbólica particular porque el creyente tiene la posibilidad de ser su dueño, conservando su poder hasta después de que termine el ritual, un poder mágico del que beneficiarse de manera utilitarista. Hay que decir que, en muchas ocasiones, los objetos utilizados en los rituales pertenecen al patrimonio simbólico de otros sistemas religiosos y resultan familiares a los fieles; por ejemplo, en Brasil tanto los colores como los objetos utilizados por la IURD son los mismos del culto afrobrasileño del candomblé.

Los distintos objetos representan “puntos de contacto” con la divinidad, necesarios para despertar la fe en las personas, una fe capaz de actuar de manera concreta; representan así una manera de “espiritualizar lo material y materializar lo espiritual” (Silveira Ocampos, 2000: 70). De esa forma, la Iglesia Universal proclama que un pedazo de pan no es tan sólo un pedazo de pan y que una piedra no es simplemente una piedra.

Es obvio que en ese contexto resulta fundamental el tipo de lenguaje utilizado. Tanto el uso de términos fuertes emocionalmente (como “liberación”, “vida destruida”, o “sacrificio”) como los discursos cuya finalidad es denunciar

a los demás sistemas religiosos (como el catolicismo, el espiritismo, o los cultos a los santos) forman parte de una retórica bien estructurada. Con ese fin, se utiliza una terminología de carácter militarista: palabras como “lucha”, “guerra”, “ejército” definen la postura que hay que tener frente a los demás sistemas religiosos, visualizados como enemigos, como obra del Diablo. Por esa misma razón la Iglesia Universal se autodefine como el verdadero pueblo elegido, legitimación que se da a través de la condena del “otro” y de la adopción de una tradición antigua como la judaica. Eso se refleja en la manera de llamar las campañas de fe, como la “Campaña del Monte Sinaí” o la de Israel o expresiones como “nuestro Dios es el mismo Dios de Abraham de la promesa”.

Otro aspecto muy importante es el hecho de que los espacios en los que tiene lugar la liturgia tienen un tamaño mayor al de las necesidades reales, lo que también tiene una razón precisa puesto que en un contexto de ese tipo es prácticamente imposible cualquier forma de privacidad. En el layout del espacio sagrado estos son detalles fundamentales para entender el tipo de relación que se desarrolla entre los fieles. El hecho de formar un grupo “unido” en los momentos de alabanza y cantos, o desfilar todos juntos frente al altar representan formas de interactuar, pero la relación que se desarrolla es sin duda alguna de tipo secundario: aunque físicamente cercanas, las personas siguen individualmente en su propio camino, con un comportamiento típico de la ciudad que refleja la condición de aislamiento existencial vivida en los contextos urbanos.

Más bien esta relación se podría definir como de tipo clientelar, es decir, una relación basada en intereses comunes. Con esto no quiero decir que la IURD quiera privilegiar una dimensión individual, sino simplemente que la misma institución ha preferido optar por una dimensión de grupo flexible y temporal, de alguna forma ventajosa en la actual época postmoderna y en la perspectiva de búsqueda de nuevos fieles.

De acuerdo con lo dicho hasta ahora, no sorprende el hecho de que el fiel iurdiano pueda ir a la iglesia cuando quiera: los templos funcionan



como un primer auxilio espiritual, como un “lugar-espacio de oportunidades”, donde un milagro te está esperando. Los templos se consideran como espacios protegidos por Dios, lugares desde donde el pastor conduce su lucha contra de las fuerzas del mal. En ese sentido, es muy común escuchar testimonios de personas cuya vida ha cambiado justamente al entrar en un templo. Si por un lado el presupuesto del milagro sigue siendo la fe, del otro ese evento está particularmente vinculado al espacio sagrado: el milagro, cuando (y si) acontece, se manifiesta dentro del templo, y no afuera de él. Eso quiere decir que, de alguna forma, el evento milagroso es controlado por la misma institución religiosa. La fe tiene el poder, pero hay que ponerla en acción y eso puede ocurrir sólo y exclusivamente en un templo de la IURD. La salvación y la prosperidad están a disposición del creyente, pero aun así dentro del templo.

Otra característica de la Iglesia Universal es el extraordinario papel jugado por los *mass media*, muy utilizados para difundir su mensaje religioso y vender sus productos. El principal programa televisivo se llama “Pare de Sufrir”. Durante la programación es posible escuchar los testimonios de personas que aseguran haber tenido cambios en sus vidas gracias a la Iglesia; además se asiste a la venta de distintos objetos milagrosos útiles para resolver problemas de distinta matriz. También en el contexto mediático sobresale la contradictoria conducta de los pastores, quienes por un lado condenan la idolatría de la Iglesia católica o ciertos cultos, como la Santa Muerte y San Judas Tadeo, y por el otro invitan a la compra de “souvenirs”, como las botellitas de tierra del Monte Sinaí, el aceite de Israel o la rosa bendecida de distintos colores según lo que se quiera lograr. Incluso pueden darse rituales de curación a través de la televisión en los que el pastor invita a los espectadores a poner un vaso de agua sobre la televisión, unirse a él espiritualmente y tomar la misma agua cargada, según él, de un poder terapéutico. Es evidente que la espectacularización de lo sagrado a través de los mass media intenta estimular la curiosidad e interés de los que escuchan y asisten al programa por ir y ver lo que puede ocurrir en un templo de la Iglesia Universal.

Según la página electrónica oficial, la Iglesia Universal del Reino de Dios empezó su trabajo en México en el año de 1992 en la Iglesia de San

Cosme de la Ciudad de México, pero en este año la institución no pudo tramitar directamente su registro como asociación religiosa ante la Secretaría de Gobernación. De acuerdo con la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, para obtener la personalidad jurídica las iglesias debían haber realizado actividades en el territorio mexicano por un periodo mínimo de cinco años. A partir de 1994 la IURD operó como institución *derivada* de la Iglesia de la Fe Apostólica en Cristo Jesús hasta 1996, cuando solicitó su extinción como asociación religiosa derivada. Solamente en 2001 consiguió su registro constitutivo como AR. Enseguida algunas personalidades del mundo católico y evangélico solicitaron la cancelación del registro constitutivo de la Iglesia Universal. El pastor Arturo Farela, presidente de la Confraternidad Nacional de Iglesias Cristianas Evangélicas (CONFRATERNICE) solicitó que se cancelara el registro por trasgredir el artículo ocho, título segundo de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, el cual establece que las organizaciones religiosas deben abstenerse de perseguir fines de lucro o preponderantemente económicos. También el vocero de la Arquidiócesis de México, Hugo Valdemar Romero y el Arzobispo de la Iglesia Ortodoxa, Antonio Chedraui coincidieron en que la Secretaría de Gobernación debía inspeccionar los mecanismos contenidos en la Ley de Asociaciones Religiosas ya que la normatividad presentaba deficiencias, inconsistencias y vacíos que eran aprovechados por algunas instituciones religiosas. En 2005, el pastor Arturo Farela presentó una denuncia formal contra la Iglesia Universal del Reino de Dios, pidiendo a Gobernación que no se clasificara esta denominación dentro de las Iglesias cristianas evangélicas.

El mismo año, la SEGOB inició una profunda investigación por iniciativa de la senadora Sara Isabel Castellanos Cortés para conocer las supuestas prácticas irregulares de la IURD en México. En mayo de 2005, la misma Secretaría presentó el *Informe al Senado de la Republica en relación con la Iglesia Universal del Reino de Dios, Oración Fuerte al Espíritu Santo, A.R.* y determinó que la referida asociación religiosa no viola lo dispuesto por la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público (SEGOB, c2005). En 2011 tres bancos notificaron la terminación de sus relaciones con la Iglesia Universal unos días después de que el fundador Edir Macedo y otros altos

jerarcas fueran acusados formalmente en Brasil por delitos financieros como estafa y lavado de dinero. Santander, Banamex e Ixe cancelaron cinco cuentas de cheques y una inversión a plazo fijo mediante oficios en los que advirtieron a la Iglesia que ya no podrían utilizarlas y que tenían que retirar los saldos (Cierran bancos cuentas a iglesia pare de sufrir, s. f.).

Independientemente de estas controversias la expansión de la Iglesia Universal del Reino de Dios en México es un hecho. Actualmente, según los datos proporcionados por la misma organización, hay 223 templos distribuidos en todos los estados de la República mexicana ([Sitio web de la Iglesia Universal], s. f.), cifra que crece año tras año.

Considerando lo dicho hasta ahora me parece interesante intentar explicar el éxito de una organización religiosa tan controversial, tomando en cuenta diferentes factores desde un enfoque multi e inter disciplinario. En mi opinión y como explicaré más adelante, considero que el éxito de la Iglesia Universal del Reino de Dios se puede describir, analizar y entender a partir de la creciente hegemonía del mercado neoliberal en todos los sectores de la sociedad y de la vida.

En las últimas décadas en México – y en el mundo en general - el sistema de libre mercado y las contradicciones producidas por el mismo, las periódicas crisis financieras, los problemas derivados del desempleo y la profunda divergencia económica entre sectores cada vez más amplios de la población urbana han producido una situación caracterizada por una gran inestabilidad, incertidumbre, preocupación, ansia y miedo. En ese sentido Silveira Campos (2000) subraya que insistir sobre cierto tipo de resultados como hace la IURD en sus liturgias y ofrecer soluciones a una clase media “exprimida” por la crisis económica y a los sectores más empobrecidos que buscan ascender en un contexto de rápidos cambios socio-económicos, ha hecho que la Iglesia Universal asumiera como su propio objetivo la satisfacción de sueños y deseos de estos mismos sectores sociales. De hecho, el elemento constante que se presenta en los testimonios de los fieles que acuden a un templo de la Iglesia Universal es el haber experimentado una crisis personal o laboral debida a la

pérdida total o parcial de sus bienes, como se puede leer en mi investigación previa (Pagnotta, 2016).

A eso hay que añadir que, en la Iglesia Universal, la perspectiva de tener una vida mejor parece estar a disposición del fiel. El eslogan iurdiano “tu vida va a cambiar” parece asegurar una re-estructuración completa de la existencia, algo que va más allá de un cambio temporáneo. El dicho “Pare de sufrir” intenta infundir cierta autoestima, indispensable para enfrentarse a la vida de manera más optimista: constituye una exhortación clara y directa a cambiar su propia existencia. Además de eso hay que valorar la atención para el cuerpo que, en las prácticas iurdianas, tiene la finalidad de devolverle atención y poder al mismo. El contacto directo con lo sobrenatural a través de las experiencias del Bautismo del Espíritu y del exorcismo, parece cubrir una función liberadora, alejando al creyente de las tensiones socio- psicológicas que sufre en la vida cotidiana. Aparentemente la Iglesia Universal opera dentro del marco de las enfermedades psicosomáticas, logrando despertar en el individuo un gran potencial de optimismo, primer paso hacia la sanación.

Hay que decir también que, si por un lado el éxito de la IURD descansa en el impacto de la esfera de lo sagrado en los procesos de sanación y curación, por el otro, la curación y la enfermedad están vinculadas con los diferentes modos de construir y de de-construir la realidad social. En este sentido, el “cómo” se vive y se hace experiencia de la enfermedad y de la curación o sanación influye en los procesos de construcción identitaria. Hay que ver la enfermedad no solamente como un hecho individual, sino también como algo que tiene una dimensión colectiva muy importante. En ese sentido, Schirripa (2012: 96) afirma que “la relación entre sociedad y enfermedad es evidente y que, en muchas ocasiones, esta última se convierte en un medio para expresar críticas hacia el orden social; críticas que en caso contrario quedarían no expresadas”. Me parece importante poner énfasis en este aspecto que será útil en la discusión más adelante.

Con respecto a ciertas características intrínsecas de la IURD, hay que subrayar la flexibilidad de la misma organización. Los ritos no exigen una

fidelidad absoluta del fiel a la institución. Tanto en la liturgia como en los medios de comunicación se hace hincapié en que la pertenencia religiosa de un individuo no es vinculante. Independientemente de ser católico, evangélico o miembro de otra iglesia, cada uno puede elegir la campaña de fe o la cadena de oración que más le interese en un particular momento de su vida para resolver sus problemas.

Ahora bien, considerando ese conjunto de factores y para entender los mecanismos de funcionamiento evidentemente exitosos de la IURD, tomaré el modelo de uno de los principales ejemplos de éxito empresarial, representado sin duda alguna por los restaurantes *fast food*, los cuales revolucionaron los modos de producción y oferta de comida, así como los hábitos alimenticios de la población mundial. Mi propósito es demostrar que la Iglesia Universal tiene el mismo *modus operandi* de las empresas transnacionales.

En su obra *The McDonalization of society* (1993) el sociólogo George Ritzer hace algunas interesantes consideraciones sobre la sociedad contemporánea. Ritzer utiliza el término “McDonalización” para definir el proceso mediante el cual los principios que rigen el funcionamiento de los restaurantes de comida rápida han ido dominando un número cada vez más amplio de aspectos de la sociedad norteamericana, así como de la del resto del mundo. Ritzer propone un acertado análisis de la sociedad y cómo ésta se encuentra bajo los efectos de un sistema de control, centrándose en los cuatro pilares del capitalismo: eficacia, cálculo, predicción y control. En la McDonalización la eficacia apunta a la reducción del tiempo y del esfuerzo que median entre el nacimiento de un deseo o necesidad y su satisfacción, en este caso el deseo de comer. Con respecto al cálculo se procura que el cliente tenga la impresión de que por muy poco dinero obtiene una gran cantidad de comida. La previsibilidad consiste en reducir al máximo o eliminar la incertidumbre, todo lo que se produzca va a ser idéntico al anterior y al siguiente. El control consiste en la paulatina sustitución de la mano de obra por tecnología, en la progresiva descualificación de los trabajadores, pero también se ejerce cierto control sobre los clientes, aunque de manera más sutil: menús limitados, muy pocas opciones, sillas que no son tan cómodas, todo para que el cliente haga

lo que quiere la empresa, o sea, comer rápidamente e irse (Ritzer, 1993). En resumen, McDonald's (y su modelo) ha alcanzado enorme éxito porque ofrece al consumidor eficacia y satisfacción de las expectativas y porque parece brindar al cliente gran cantidad de comida por poco dinero y con un ligero esfuerzo.

En ese sentido me parece que también la IURD utiliza los mismos criterios de organización y estructura encontrados por Ritzer en la empresa de McDonald y que regulan el funcionamiento de las empresas transnacionales. Seguramente la Iglesia Universal es eficaz a los ojos de sus fieles/consumidores: en muchos testimonios los creyentes enfatizan el hecho de que experimentaron un cambio real en su propia condición de malestar en el mismo instante en que ingresaron en un templo o después de asistir al programa televisivo *Pare de sufrir*. Una informante clave me decía: “Sales de la Iglesia y te sientes renovado”<sup>4</sup>. El segundo aspecto considerado por Ritzer, el cálculo, también se encuentra en el paquete de bienes de salvación propuesto por la Iglesia Universal: la IURD ofrece un servicio que se puede cuantificar, no sólo relativamente al producto sino al tiempo. Las personas pueden acudir al templo cuando quieran, la liturgia tiene lugar en distintos horarios cada día y aborda temas diferentes que cubren los intereses de un público variado y heterogéneo.

El elemento de la previsibilidad también se puede detectar fácilmente en la IURD si pensamos en la estructura misma de los templos: la fisonomía del espacio sagrado es prácticamente igual en todos los lugares de culto, independientemente de la ubicación geográfica. La misma organización litúrgica, con la clasificación de los días según las distintas temáticas, la programación cíclica de las campañas de fe etc., evidencia cierta previsibilidad de la misma organización. Finalmente, con respecto al elemento del control, este último indudablemente no falta dentro de la Iglesia tanto en relación al personal (pastor y obreros) como a la comunidad de los creyentes, como he subrayado a lo largo de este escrito.

---

4 Véase Anexo 1 en Pagnotta, 2016.

Al análisis elaborado hasta ahora busca esbozar el contexto favorable y, al mismo tiempo, identificar los elementos institucionales que determinaron el éxito de la denominación religiosa objeto de estudio. Sin embargo, aunque resulte evidente que las promesas de la IURD implican la adopción de una conducta de vida votada al consumo más que a la acumulación de capital, no podemos analizar el conjunto iurdiano como una simple empresa religiosa y económica que manipula a sus creyentes con fines de lucro. Las teorías del marketing religioso sirven para investigar tanto la constitución de un mercado de fe, como para evaluar el dinamismo religioso del campo religioso actual y de ciertas organizaciones. En síntesis se puede decir que ha sido la misma sociedad postindustrial la que ha creado las condiciones para el nacimiento del *marketing* religioso y en ese sentido la IURD constituye ciertamente un espacio peculiar para observar la manera en la que un movimiento religioso consigue mantenerse dinámico y seguir creciendo en un contexto de pluralismo religioso: básicamente la IURD ha logrado adecuarse a la demanda del mercado, así como elaborar su propia oferta de manera exitosa.

Pero, más allá de eso, hay que entender a quién se dirige esta oferta y los mecanismos de aceptación de la misma, porque, si todo lo mencionado más arriba se refiere al conjunto de elementos institucionales que contribuyeron y determinaron al éxito de la Iglesia Universal en México y más allá, no podemos olvidar tomar en cuenta la perspectiva del creyente, preguntándonos: ¿Qué es lo que encuentra un individuo en la propuesta religiosa de la IURD otorgándole eficacia simbólica? Ahondar en esta cuestión nos ayudaría a desmenuzar las razones más profundas del éxito de una organización religiosa transnacional como la Iglesia Universal del Reino de Dios.

Antes que nada, para entender la perspectiva del creyente iurdiano hay que decir algo sobre los procesos de construcción identitaria. Como afirma Giménez (1996: 197) “las identidades no se configuran de igual manera en las sociedades arcaicas (donde hay seres míticos que fundan la identidad humana y prácticas rituales que exorcizan el riesgo de su pérdida), en las sociedades tradicionales (donde la identidad étnica grupal fundada en mitos de origen y

en una tradición religiosa tiende a absorber las identidades individuales) y en las sociedades modernas caracterizadas por la diferenciación social y la complejidad”. Esto quiere decir que el contexto histórico influye de manera determinante en los procesos de construcción identitaria. Hay que añadir que la identidad de un individuo asume un carácter cualitativo que se forma, conserva y manifiesta en los procesos de interacción social y contiene elementos que forman parte tanto del universo socialmente compartido- resultado de la pertenencia a grupos- como de la especificidad individual. Los elementos colectivos definen las semejanzas, tanto como los individuales definen las diferencias, pero ambos se relacionan de manera estrecha para constituir una identidad única, pero multidimensional del sujeto (Giménez, 2004).

A su vez, una identidad social se constituye a través de la apropiación e interiorización del universo simbólico y cultural colectivo. En ese sentido Pizzorno (1983) aclara que las entidades relacionales se constituyen por individuos vinculados entre ellos sobre la base de un sentido de pertenencia común, que implica compartir un núcleo de símbolos y representaciones sociales, y al mismo tiempo, una común orientación a la acción. La dimensión comunitaria favorece la adhesión a un valor capaz de movilizar la acción de los individuos antes que los mismos puedan calcular los “costos” y beneficios de ésta. Como expresa Pizzorno (1989: 318), la identidad colectiva es la que “permite conferir significado a una determinada acción en cuanto realizada por un francés, un árabe, un pentecostal, un socialista, un fanático del Liverpool, un fan de Madonna, un miembro del clan de los Corleoni, un ecologista, un kuwaití, u otros. Un socialista puede ser también cartero o hijo de un amigo mío, pero algunas de sus acciones sólo las puedo comprender porque es socialista”.

Al respecto, estoy de acuerdo también con Galicia Gordillo (2013: 21) cuando sostiene que “Decidir lo que <<se puede ser>> depende de la oferta de posibilidades sociales que se abren a cada individuo para elegir. La relación entre <<poder ser>> y lo que se <<quisiera ser>>, se determina por las relaciones sociales y de poder manifiestas en el contexto donde se desarrolla



el sujeto.” Resulta obvio entonces que, en el actual contexto histórico, económico y social, no podemos dejar de considerar la creciente hegemonía de la economía de libre mercado y de la tendencia consumista en todos los sectores de la sociedad y de la vida, la cual influye profundamente en la vida cotidiana de cada individuo y en la percepción que este último elabora de sí mismo y de los demás.

En el sentido común el término “consumismo” indica la adquisición indiscriminada de bienes de consumo, pero también la tendencia a identificar la felicidad o el bienestar personal con la adquisición, la posesión y el consumo continuo de bienes materiales; su significado es aún más extenso, si consideramos el hecho de que “el consumo se ha convertido en la actividad principal de la sociedad tardo-industrial” (Appadurai, 2001: 113). Fromm (1977) afirma que el consumo tiene características ambivalentes: calma el ansia, porque lo que uno adquiere no se le puede quitar, pero, al mismo tiempo, impone al individuo el consumir cada vez más, puesto que el consumo anterior pierde rápidamente su carácter satisfactorio. Por eso las repercusiones de la tendencia consumista se manifiestan en los ámbitos más variados.

Featherstone (1992) puntualiza que el uso de la expresión “cultura consumista” se refiere al hecho de que el mundo de los bienes y sus principios son fundamentales para comprender la sociedad contemporánea. En lugar de nivelar las aspiraciones, las necesidades y las satisfacciones, esta sociedad genera distorsiones cada vez más grandes en los individuos que buscan ascender socialmente: el consumismo se ha convertido, de esa forma, en un criterio para instaurar y comunicar las diferencias. Eso no debe sorprender si consideramos que, como sugieren Douglas e Isherwood (1984: 14) “Los bienes son neutros pero sus usos son sociales; pueden ser utilizados como barreras o como puentes. Los bienes que uno adquiere declaran de manera física y visible la jerarquía de valores de los que los eligen”. Eso significa que los diferentes niveles y formas de consumir definen los individuos tanto en su dimensión individual como en la colectiva. Queda claro que “el hombre es un ser social y

nunca podríamos explicar la demanda de bienes exclusivamente sobre la base de las propiedades materiales de estos últimos” (Douglas – Isherwood, 1984: 105).

En ese sentido Baudrillard (1976: 86-87) asevera que “las elecciones no se toman aleatoriamente, sino que son controladas socialmente y reflejan un modelo cultural. No se produce ni se consume cualquier tipo de bienes, porque los mismos tienen que tener algún que otro significado en relación con un preciso sistema de valores”. Él mismo utiliza la noción de *standard package* (el conjunto de bienes y servicios que constituye una especie de patrimonio básico del estadounidense promedio) para indicar un “*minimum ideal*, de tipo estadístico, un modelo conforme a las clases medias. Logrado por unos, deseado por otros, este *minimum* sintetiza el *American way of life*. El *standard package* no se refiere tanto a la materialidad de los bienes (TV, coche del año, etc.) cuanto al ideal de conformidad” (1976: 87). Propiamente esta tendencia al conformismo es el principal pilar del consumismo porque a través del consumo el individuo busca “conformarse” y sentirse incluido en la sociedad compartiendo cierto sistema de valores, con sus estándares socioeconómicos.

En el contexto socioeconómico contemporáneo mexicano– y no sólo en este– el modelo neoliberal, en lugar de nivelar las desigualdades sociales, brindar oportunidades de ascenso para todos y reducir la pobreza y el hambre, ha agudizado las diferencias entre sectores cada vez más amplios de la población reduciendo el poder adquisitivo y las posibilidades de ascenso de los sectores más vulnerables: los ricos son cada vez menos y más ricos y los pobres cada vez más numerosos y más pobres. El sujeto incapaz de adecuarse al modelo del *American way of life* es y se siente excluido, marginado, discriminado, porque no “sirve” al sistema, no es útil porque no puede consumir. Como asevera Fromm (1977: 31) “en una cultura en la cual la meta suprema es tener, poseer– o mejor dicho tener más y más– se podría decir que la esencia verdadera del ser es tener; si alguien no tiene nada, no es nada”. Afuera de la masa-modelo, no es útil al sistema, entonces “no es”. La asociación entre poseer y ser resulta fascinante: *possideo ergo sum*, “poseo, entonces soy”. La elección fundamental, inconsciente, automática del

consumidor es aceptar el estilo de vida de una sociedad particular. En nuestro caso hablamos del modelo homogeneizador del *American way of life*, el cual implica el ideal de conformidad: y es propiamente esta tendencia conformista la que impulsa al consumismo. Intentaré demostrar que esta lógica subyace de cierta forma al proceso de construcción identitaria que se desarrolla dentro de la Iglesia Universal, porque el malestar experimentado por algunos sectores de la sociedad urbana mexicana contemporánea encuentra la posibilidad de desahogarse en sus prácticas, en el tipo de estructura y actividades religiosas.

Es evidente que la Iglesia Universal del Reino de Dios predica un mensaje dirigido a los “inseguros y excluidos”, es capaz de movilizar la esperanza de los individuos en su intento de rebelarse al sistema y expresa lo que Appadurai (2005: 17) define “el resentimiento global contra las fuerzas del mercado”. La Iglesia Universal ofrece respuestas, que no son puramente simbólicas, sino materiales, a sujetos desilusionados por su personal situación existencial, y por esa razón la predicación abre nuevas perspectivas para el creyente y ofrece un camino viable y concreto para la resolución de sus problemas. En ese sentido, el miedo a la exclusión representa el combustible más adecuado para reunir personas alrededor de un tipo de predicación, cuyo eje es la promesa de un cambio de su propia situación, un cambio repentino que se vuelve posible gracias al poder de una herramienta simbólica y no material que es la fe. En la propuesta de la IURD el individuo/consumidor religioso con su actitud de consumo parece encontrar la posibilidad de conseguir rápidamente ese bienestar material, ese *American way of life*. Por eso considero que, con todas las implicaciones de las que hablamos más arriba, su participación en las prácticas de la Iglesia Universal refleja la elección más o menos consciente, de compartir el sistema de valores promovido por el modelo consumista de la economía de libre mercado y que el mismo creyente se pueda definir en términos de “consumidor” religioso.

Recordando que en el actual contexto cultural, social y económico mexicano y mundial, el consumo se ha vuelto la herramienta para satisfacer de manera eficaz y eficiente ciertos impulsos y deseos de bienestar, me parece que esta definición sintetiza mejor todas las implicaciones expresadas hasta

este momento, porque también en la Iglesia Universal hay una efectiva búsqueda de satisfacción de ciertas necesidades basada en resultados rápidos y concretos. Por eso me permito proponer una nueva clave de lectura para entender la perspectiva del creyente de la Iglesia Universal: el concepto de *eficiencia simbólica*.

Si el término eficacia se refiere a la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado y retomando el concepto de eficacia simbólica de Lévi-Strauss (1966), utilizaré el término *eficiencia*, entendido como la capacidad de lograr un efecto con el mínimo de recursos posibles o en el menor tiempo posible.

A los ojos de los creyentes la Iglesia Universal no sólo tiene eficacia simbólica, sino que tiene *eficiencia simbólica*, entendida como la posibilidad de tener una inmediata satisfacción de sus necesidades: en sus testimonios los fieles están convencidos de que el simple ingreso en un templo ha cambiado radicalmente su vida y que las prácticas iurdianas no sólo son eficaces sino eficientes, porque permiten lograr ciertos efectos concretos de manera inmediata a través del medio simbólico de la fe. En la Iglesia Universal, para conseguir los bienes materiales deseados “no parece” necesario gastar la suma de dinero establecida por el mercado. En comparación a los reales costos de cualquier bien anhelado, la IURD sólo pide “sacrificios” (ofertas de dinero) imprescindibles para “activar” la fuerza de la fe y los fieles creen obtener la ayuda divina necesaria al conseguimiento del coche del año, del nuevo departamento o de un mejor trabajo tan deseado.

En la IURD se consuman milagros de forma *exprés*, hay S.O.S espirituales etc., todas expresiones que ponen énfasis en la inmediatez y rapidez de la resolución de problemas. Por eso me parece acertado afirmar que la conversión a la IURD refleja la elección, más o menos consciente, de compartir el sistema de valores promovido por el modelo consumista de la economía de libre mercado: la IURD no sólo tiene eficacia simbólica para sus creyentes, sino que tiene eficiencia simbólica: en su perspectiva los individuos obtienen rápidamente lo que desean con el mínimo esfuerzo posible a través del

medio simbólico de la fe derrotando todas las leyes de un sistema económico neoliberal injusto- como el actual- que los excluye pero que al mismo tiempo los “invita” a formar parte y conformarse al mismo tiempo como buenos consumidores.

Por eso, considero que para el futuro crecimiento de esta denominación es determinante el mantenimiento de los mecanismos sociales, políticos y económicos derivados del actual orden mundial, puesto que este último provoca desigualdades sociales, incremento de la pobreza urbana, miedo e incertidumbre en el mundo del trabajo, violencia y otras patologías socio psicológicas, creando una masa fluctuante de excluidos que quieren salir de su condición y potenciales excluidos, que tienen miedo a perder su estatus debido al volátil contexto económico.

### **Bibliografía.**

ANDERSON, A. (2007). El pentecostalismo. El Cristianismo carismático mundial. Madrid: Akal.

APPADURAI, A. (2001). Modernità in polvere. Roma: Meltemi Editore.

BASTIAN, J. P. (1997). La mutación religiosa de América Latina. Para una sociología del cambio social en la modernidad periférica. México: Fondo de Cultura Económica.

BAUDRILLARD, J. (1976). La società dei consumi. Bologna: Il Mulino.

BERGER, L. P. (1995). Il brusio degli angeli. Il sacro nella società contemporanea. Bologna: Il Mulino.

BOURDIEU, P. (2012). Genesi e struttura del campo religioso. En R. Alciati y E. Urcioli, Il campo religioso. Con due esercizi (pp. 73- 129). Torino: Accademia University Press, Torino.

DOUGLAS, M. y B. ISHERWOOD (1984). *Il mondo delle cose, Oggetti, valori, consumo*. Bologna: Il Mulino.

DURKHEIM, E. (1996). *Per una definizione dei fenomeni religiosi*. Roma: Armando Editore.

FEATHERSTONE, M. (1992). *Consumer culture & postmodernism*. Londres: SAGE Publications.

FROMM, E. (1977). *Avere o essere?* Milano: Arnoldo Mondadori Editore.

GALICIA GORDILLO, M. A. (2013). *La identidad: explorando la emergencia de un concepto complejo*. En Galicia Gordillo. (coord.), *Identidades en perspectiva multidisciplinaria. Reflexiones de un concepto emergente* (pp. 17-34). Ciudad de México: Plaza y Valdés.

GEERTZ, C. (1999). *Mondo globale, mondi locali. Cultura e politica alla fine del ventesimo secolo*. Bologna: Il Mulino.

GIMÉNEZ G. (2004). *Culturas e identidades*. En *Revista Mexicana de Sociología* (pp. 77- 99), México: Universidad Nacional Autónoma de México, 66 (Número especial).

————— (coord.) (1996). *Identidades religiosas y sociales en México*. México: IIS-UNAM.

HERNÁNDEZ, A. y RIVERA, C. (coords) (2009). *Regiones y Religiones en México. Estudios de la transformación socio religiosas*. México: CIESAS.

HOUTART, F. (2007). *Mercado y Religión*. La Habana: Ruth Casa Editorial.

LEITE DE MORAES, G. (2011, noviembre). *Neopentecostalismo: um conceito-obstáculo na compreensão do subcampo religioso pentecostal brasileiro*. Ponencia presentada en las Jornadas sobre alternativa religiosa en

América Latina. Punta del Este, Uruguay.

LÉVI-STRAUSS, C. (1966). L'efficacia simbolica. En *Antropologia strutturale* (pp. 210- 231). Milano: Il Saggiatore.

MACEDO, E. (s. f.). *Vida en Abundancia*. Lima: Colección Reino de Dios.

MASFERRER KAN, E. (2011). *Pluralidad religiosa en México. Cifras y proyecciones*. México: Libros de la Araucaria.

NEBBIA, A. F. y MORA, M. (2006). *Análisis social e identidades*, México: Plaza y Valdés.

PAGNOTTA, E. (2016). *Dal pentecostalismo al transpentecostalismo. Il caso della Iglesia Universal del Reino de Dios in Messico*. Roma: Aracne Editrice.

PIZZORNO, A. (1989). *Identità e sapere inutile*. En *Rassegna Italiana di Sociologia*. (3) (pp. 305-319)

————— (1983). *Identità e interesse*. En L. Sciolla, *Identità: percorsi di analisi in sociologia* (pp. 139- 154). Torino: Rosenberg & Sellier.

SÁNCHEZ, J. M., FIGUEROA, A., RAMÍREZ SALAZAR, C., GIMÉNEZ, G. (coords.) (1992). *Teorías y análisis de la identidad social*. En *Reseñas bibliográficas II*. México: INI.

SCHIRRIPA, P. (2012) “Salute, culti carismatici e cultura popolare contemporanea” in Schirripa (coord.), *Terapie religiose. Neoliberalismo, cura, cittadinanza nel pentecostalismo contemporaneo* (pp. 181- 188). Roma: CISU.

SILVEIRA CAMPOS, L. (2000). *Teatro, templo y mercado*, Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

WYNARCZYK, H. (2009). *Ciudadanos de dos mundos. El movimiento*

El consumidor religioso de La Iglesia Universal del Reino de Dios  
evangélico en la vida pública argentina 1980-2001, Argentina: UNSAM  
EDITA.

### **Fuentes periodísticas**

RUIZ PARRA, E. (18 de enero de 2005.). Denuncian ante Segob lucro de Pare de Sufrir. Reforma.

\_\_\_\_\_ (3 de enero 1995). Impugnan a la Iglesia Universal. Reforma.

### **Referencias electrónicas**

[Cierran bancos cuentas a iglesia pare de sufrir], (s. f.). recuperado de <http://noticias.terra.com.mx/mexico/cierran-bancos-cuentas-a-iglesia-pare-desufrir,407d4d9a92296310VgnVCM3000009acceb0aRCRD.html>

GIMÉNEZ, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales, 19. Recuperado de: [http://www.colef.mx/fronteranorte/articulos/FN18/1-f18\\_Materiales\\_para\\_una\\_teor%EDa\\_de\\_las\\_identidades\\_sociales.pdf](http://www.colef.mx/fronteranorte/articulos/FN18/1-f18_Materiales_para_una_teor%EDa_de_las_identidades_sociales.pdf)

Iglesia inaugurará réplica del templo de salomón, (2014). Recuperado de <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/07/23/nota/3268351/iglesia-inaugurarareplica-templo-salomon>

Los evangélicos se convierten a Bolsonaro, (2018). Recuperado de: [https://elpais.com/internacional/2018/10/07/america/1538930780\\_735803.html](https://elpais.com/internacional/2018/10/07/america/1538930780_735803.html)

[Sitio web de la Iglesia Universal], (s. f.). Recuperado de [www.universal.org.mx](http://www.universal.org.mx)

### **Publicaciones oficiales**

SEGOB (2005a). De la comisión de Gobernación, la que contiene: Punto de Acuerdo sobre las actividades de la denominada Iglesia Universal del



Reino de Dios. Recuperado de [http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2005/04/asun\\_1899043\\_20050427\\_1115921459.pdf](http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2005/04/asun_1899043_20050427_1115921459.pdf)

SEGOB (2005b). De la Sen. Sara Isabel Castellanos Cortes, del grupo parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, la que contiene Punto de Acuerdo sobre las actividades de la denominada Iglesia Universal del Reino de Dios. Recuperado de. [http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2005/03/asun\\_1745310\\_20050301\\_1109708887.pdf](http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2005/03/asun_1745310_20050301_1109708887.pdf)

SEGOB (2005c). Oficio en respuesta al Punto de Acuerdo relativo a la Iglesia Universal del Reino de Dios en México. Recuperado de: [http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2005/06/asun\\_2015306\\_20050615\\_1118934442.pdf](http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2005/06/asun_2015306_20050615_1118934442.pdf)

Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público (s. f). Recuperado de: [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/24\\_171215.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/24_171215.pdf)