



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Estrategias de persuasión de la Iglesia Universal del Reino de Dios

Los medios de comunicación como instrumento para convencer

Realizado por: Carmen Ortiz Basualdo

Director de la carrera: Ana Laura García Luna

Tutor de la tesis monográfica/tesina: Rubén Morales

Buenos Aires, Octubre 2017

pupyortiz@gmail.com

+54 9 115.823.3243

Abstract

En un estudio exhaustivo de la Iglesia Universal del Reino de Dios (IURD), se realizaron observaciones de campo en templos y a sus medios de comunicación. También se realizaron entrevistas a expertos en el tema y una fiel, ya alejada de la Iglesia. El objetivo principal se centró en analizar las estrategias persuasivas en sus discursos y luego compararlas con la propaganda Nazi de la segunda guerra mundial.

La Iglesia, muy conocida como "Pare de Sufrir", no es reconocida como iglesia Evangélica. Su doctrina es un sincretismo que toma elementos del evangelismo, el catolicismo y de los cultos afrobrasileños, especialmente Umbanda. Su propuesta se basa en teología de la prosperidad, donde la obligación es dar como mínimo el diezmo, esperando que Dios te devuelva ese esfuerzo en vida. Y si esto no se cumple está la figura del Diablo que se ocupa de aterrorizar a los fieles.

No hablan del más allá, sino del más acá. La salvación es una experiencia reducida a la gratificación momentánea y se restringe a la solución de todos los problemas personales, familiares y laborales, ya sean de orden emocional o económico. Su doctrina se centra en la cura divina (sanidad), la liberación de los espíritus malos (a los que culpan de todos los males: depresión, falta de trabajo, violencia familiar, insomnio, pobreza, dolor de cabeza, etc.), y la prosperidad económica como fruto de la bendición de Dios.

Si bien a simple vista parece una iglesia cristiana, incluye en su culto la entrega de toda clase de fetiches que son usados como amuletos mágicos para lograr la cura, la liberación o la prosperidad material. Entre estos, podemos observar la entrega del "jabón de la descarga", "agua bendita", "la rosa milagrosa", "aceite milagroso de Israel", "arena de la playa del mar de Galilea", "aceite del monte de los olivos"; y también actitudes mágico-salvadoras como "tocar el Manto

sagrado”, “pasar por la puerta de la victoria”, “pisar la sal”, etc. Cada semana hay uno nuevo rito que soluciona los problemas cotidianos.

Fue fundada por Edir Macedo en 1977, quién se autoproclamó obispo del culto. Sus comienzos fueron en las calles de Río de Janeiro y de a poco creció y se expandió a lo largo de todo Brasil. La IURD hoy mantiene en sus filas a millones de seguidores dispersados por el mundo, además de un nivel de ingresos económicos fastuoso. A través de donaciones recauda millones de dólares al año. Estudiar la Iglesia implicó analizar sus particularidades religiosas y toda la maquinaria montada a fin de expandirse por todo el mundo y consolidar este poder económico.

Es muy particular la relación de la IURD y los medios de comunicación, y es el punto central de este estudio. Nos encontramos frente a una Iglesia que domina y funciona dentro los medios de comunicación. La IURD creció y se expandió principalmente con la utilización de estos. Macedo concentra su capital, no sólo en la adquisición de templos, sino también en la progresiva compra de espacios televisivos, radiales, sitios en la Web, y medios gráficos.

Es tan importante su rol como comunicadores que por este motivo los pastores realizan cursos de oratoria, trabajan sobre los gestos, las expresiones, la posición del cuerpo, etc. Y este punto nos trae a comprar esta religión con las estrategias utilizadas por Hitler durante la segunda guerra mundial.

Se analizaron los 11 principios de propaganda planteados por el padre de la propaganda Nazi: Goebbels. La IURD, como el partido Nazi, busca ser mucho mas que un mero pensamiento ideológico busca penetrar en lo más profundo del individuo y despertar las emociones.

El problema para el pastor-orador es que tiene que buscar estrategias para conseguir que sus palabras sean escuchadas, que sus estructuras sigan manteniéndose y sean apoyadas. Esto va a suponer, en definitiva, que esta religión siga manteniendo sus estructuras de

poder, siga siendo influyente en la sociedad y pueda mantener su jerarquía. Ese discurso necesita encontrar argumentos persuasivos, convencer, lograr afectar y llegar a lo profundo de las emociones y no solo a la razón, provocar el estado de ánimo necesario para dejarse convencer y mostrarse de acuerdo con lo que esta Iglesia defiende y acepta como verdadero.

Palabras claves: Iglesia Universal del Reino de Dios – Propaganda Religiosa – Estrategias de persuasión

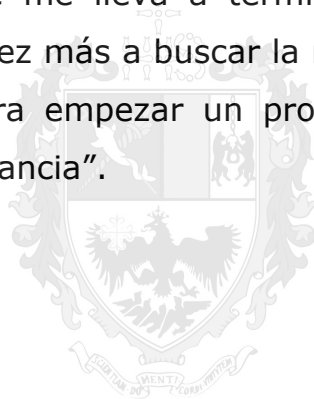


USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Agradecimientos

Dedico esta tesis de manera especial a mis dos abuelas, que han sido pilares fundamentales en mi formación profesional. Mercedes, *Mams*, fue el cimiento principal en mi vida académica ya que solventó mis estudios y sentó en mí deseos de superación y crecimiento. Dolores, *Mamita*, fue mi segunda mamá: con mucho cariño y apoyo incondicional me abrió los brazos y las puertas de su casa cuando me vine a estudiar a Buenos Aires.

Y por último no puedo dejar de nombrar a Olivia, mi hija, que es el motor primordial que me lleva a terminar este trabajo. Su amor infinito me desafía una vez más a buscar la mejor versión de mi misma. Como dice la frase "para empezar un proyecto se necesita valentía, para terminarlo perseverancia".



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice

	Pág.
• Introducción / planteo del problema	9
• Hipótesis.....	11
• Objetivos.....	13
• Método de investigación: descriptivo.....	14
• Parte I	
La Iglesia Universal del Reino de Dios.	
• La Era del Cristo Show.....	17
• De Brasil Al Mundo.....	22
• Llegada a la Argentina	
- <i>Historia</i>	28
- <i>Sedes de la Universal en Argentina</i>	31
• Estructura Interna.....	44
• Sus creencias.	
- <i>Los evangelistas</i>	46
- <i>Dogmas de fe</i>	48
• Análisis de las creencias de la IURD	
- <i>Teología de la prosperidad</i>	53
- <i>Cuidado con el demonio</i>	54
- <i>Dinero y más dinero</i>	56
• Las ceremonias	
- <i>Calendario</i>	62
- <i>Regalos fetiches</i>	64

- Religión mediática
 - *Llame ya!*..... 67
 - *Desde el comienzo – Brasil*..... 68
 - Medios de comunicación en Argentina..... 72
 - Redes sociales en Argentina..... 76
 - Iglesia mediática y virtual..... 80
- Pare de sufrir, el slogan..... 82
- Comunicación mediática y acusaciones en masa.
 - *Denuncias dentro de la Iglesia*..... 85
 - *Lavado de dinero*..... 87
 - *Narcotráfico*..... 88
 - *Agresión a periodistas*..... 89
 - *Caso victoria Climbié*..... 89
 - *En Argentina*..... 90
 - *Testimonio de Fernanda Gaitán (ex miembro de la IURD y coordinadora gral. Del diario Universal) – 39 años*.....91

• **Parte 2**

Estrategias de persuasión y propaganda.

- Propaganda
 - Desde los comienzos hasta los Nazis..... 101
 - Once principios de propaganda de Goebbels 105
- Analogía con las estrategias discursivas de la IURD 108
- Conclusión..... 115
- Bibliografía..... 124

- **Anexos**

- Entrevista a Alejandro Seselovsky..... 125
- Entrevista a Fernanda Gaitán..... 133



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción / planteo del problema

Es apasionante tratar de entender las estructuras sociales y los roles de las religiones en las sociedades humanas, así como la influencia que la religión tiene en el comportamiento colectivo del hombre y viceversa. Es fascinante estudiar el poder de los líderes religiosos y su manejo de la psicología de masas y como sus adeptos se entregan de cuerpo y alma a ellos, con una fe ciega aunque muchas veces es la que los lleva a terminar mal.

Este trabajo no intenta juzgar ninguna creencia religiosa ni a sus seguidores, se tomó a la Iglesia Universal Reino de Dios (desde ahora IURD) para estudiar su relación con los medios de comunicación y sus mensajes. El foco de atención estará puesto en el uso que hace la IURD de los medios masivos, así como también sobre cuáles son sus prédicas y sus prácticas específicas para convencer a sus fieles. En definitiva, se analizarán sus operatorias y estrategias específicas que permitirán comprender las razones por las que esta iglesia se convirtió en una de las iglesias evangelistas más poderosas del mundo.

La elección de la IURD es porque está considerada como la que mejor ha utilizado los medios de comunicación para su propaganda y difusión. No son improvisados, todo lo contrario, hay mucha cabeza y planificación detrás de eso, y es alucinante su eficacia como comunicadores, más allá del daño que podrían ocasionar. Estas técnicas persuasivas llevan a relacionar sus discursos con los de Hitler y es por eso que se verá más adelante una comparación entre estos y los once principios de propaganda Nazi de Goebbels.

El estudio se limita a analizar a la IURD dentro de Argentina, desde sus comienzos hasta ahora, haciendo un repaso por todos los medios de comunicación que tienen dentro de nuestro país. Como primer paso se realizarán observaciones de campo en diferentes templos de la Iglesia

Universal del Reino de Dios, ubicadas en Capital Federal. Luego se entrevistará a quienes son parte de esa Iglesia y puedan aportar algo más por su cercanía o conocimiento. Por ultimo se hará un análisis más profundo estudiando la psicología de masas y las estrategias de persuasión utilizadas en la guerra para poder compararlas con las que usa la IURD y obtener así las conclusiones.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Hipótesis

Estamos frente a una iglesia que no solamente funciona en un templo y utiliza los medios de comunicación como una herramienta más para expandirse, sino que directamente funciona dentro los medios de comunicación. Ellos saben las reglas del juego y como se manejan los medios y se han hecho expertos, han creado la religión enlatada adaptada a los medios y targuetizada para los consumidores.

Edir Macedo, el creador de la Iglesia, en este sentido es un *talento*: sabe como captar y como retener. Cada acción está pensada en como atraer gente y después como sostenerlos. Ellos tienen un discurso que se reproduce en los medios y gana expansión: la radio, la TV y las RRSS aseguran la masividad del discurso llegando a la gente que está más expuesta. En general son las clases populares las que tienen más problemas, las que podemos entender que están más predispuestas para la fe, -o esa clase de fe- que es solucionadora de problemas materiales y cotidianos. Y para esto los medios de comunicación te aseguran la masividad del discurso.

Es interesante ver cómo las realidades sociales se van modificando y en consecuencia, cómo, al mismo tiempo, se van modificando las necesidades y búsquedas por parte de los actores sociales. En este punto vale destacar que el sufrimiento contemporáneo se vincula con la desolación. Esto es: con el hecho de quedar desligado de una trama social. Asimismo, la reconfiguración del Estado y la crisis general de las instituciones provoca desolación. La desolación aparece cuando se destituye el otro capaz de proporcionar solución o castigo. Es lo que aparece cuando no hay otro al que interpelar. La IURD, evidentemente, no desconoce estas reconfiguraciones sociales e institucionales y, por ende, actúa en consecuencia. Es de particular interés demostrar y exponer que la IURD, así como aprovecha ese vacío

abierto ante la reconfiguración del Estado y la crisis de las instituciones estatales, no ocupa ni reemplaza el rol que éstas antes cumplían. Pero sí tiene el oportunismo suficiente para capitalizar ese vacío abierto en material social y comunitario. Una vez que el Estado y su maquinaria institucional ya no tienen capacidad de regulación, contención o mejor dicho, capacidad de producir subjetividad. Esta Iglesia se erige como una esas máquinas sociales capaces de captar a aquellas personas que padecen uno de los principales sufrimientos contemporáneos: la desolación. Lo interesante es que a partir de esto se puede analizar a la IURD dentro de un determinado contexto. Esto ayuda a comprender y analizar con mayor detenimiento el por qué de su expansión y asentamiento, sobre todo en determinadas franjas sociales.

Aquí es donde juegan un papel muy importante las redes sociales de la IURD, donde personas desesperadas pueden encontrarse y sentirse alguien, sentirse parte de esta sociedad que les ha dado vuelta la espalda. La iglesia pasa a formar parte fundamental y ellos se entregan de cuerpo y alma a ella. El problema es cuando el mensaje que dan, va subliminalmente a favor de los líderes religiosos y no para los feligreses, que terminan despojados de lo poco que tenían, pero a eso lo veremos más adelante.

La parte más atractiva son las estrategias para convencer y la alta organización que hay para saber dirigir estas masas y lograr su objetivo. Hay que saber dirigirse al público y ellos son los maestros de la oratoria y estrategias de persuasión. Por eso, al compararlas con los once principios de propaganda Nazi de Goebbels, podemos ver todas las similitudes que allí se representan. Edir Macedo, luego de intentar dos religiones anteriores, con esta pudo lograr la formula del éxito. De su propio éxito sobretodo: el económico.

Objetivos

Primero se hará una investigación de campo donde se visitarán diferentes templos y se vivirá de manera presencial los rituales. Luego se procederá a entrevistar a fieles y expertos en el tema, autores de libros y psicólogos. Pero todo esto será acompañando de un marco teórico con bibliografía relacionada a la propaganda religiosa y de guerra.

Es fundamental analizar los discursos que se dan en los medios de comunicación y la eficacia de éstos en los fieles. Se hará una evaluación para poder sacar apreciaciones sobre cuánto ayudaron los medios para este crecimiento tan vertiginoso de la Iglesia.

Se analizará todo el crecimiento de la IURD dentro de Argentina, desde sus comienzos en 1990 hasta la actualidad, estudiando en detalle la evolución de su discurso, expansión de su mensaje y utilización de los diferentes medios de comunicación, hasta llegar a la actualidad, donde se usan las RRSS como forma de nuclear a sus fieles.

También se profundizarán los conocimientos acerca de las estrategias de persuasión más eficaces, sobre todo las usadas durante la segunda guerra mundial. Se intentará tener un criterio de comparación entre lo que es la propaganda política y la religiosa, para así poder meterse de lleno a sacar conclusiones a cerca de lo que es la propaganda religiosa, y más puntualmente la de la Iglesia Universal del Reino de Dios.

La idea es terminar el trabajo para octubre de 2017. Durante junio las tareas principales serán las de juntar toda la información, visitar iglesias y hacer un acercamiento general al tema y lograr tener el proyecto aprobado. Durante julio el foco estará puesto en leer, estudiar y escribir todo el marco teórico. Para agosto me propongo pulir y unificar todo el material, para así tener mi tesina aprobada y poder presentarla en una mesa antes de fin de año.

Método de investigación: descriptivo

El objeto de la investigación será una descripción y evaluación de las características de la Iglesia Universal del Reino de Dios, especialmente su relación con los medios de comunicación y sus estrategias de persuasión. Se hará un recorrido por su historia desde sus comienzos en Brasil, hasta llegar a un estudio más exhaustivo dentro de nuestro país.

Por otro lado se investigará la propaganda de guerra y los 11 principios planteados por Goebbels y como éstos se asemejan a las tácticas utilizadas por la iglesia universal del reino de Dios. El objetivo de esta comparación radica en interpretar las variables relacionadas entre sí.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR